

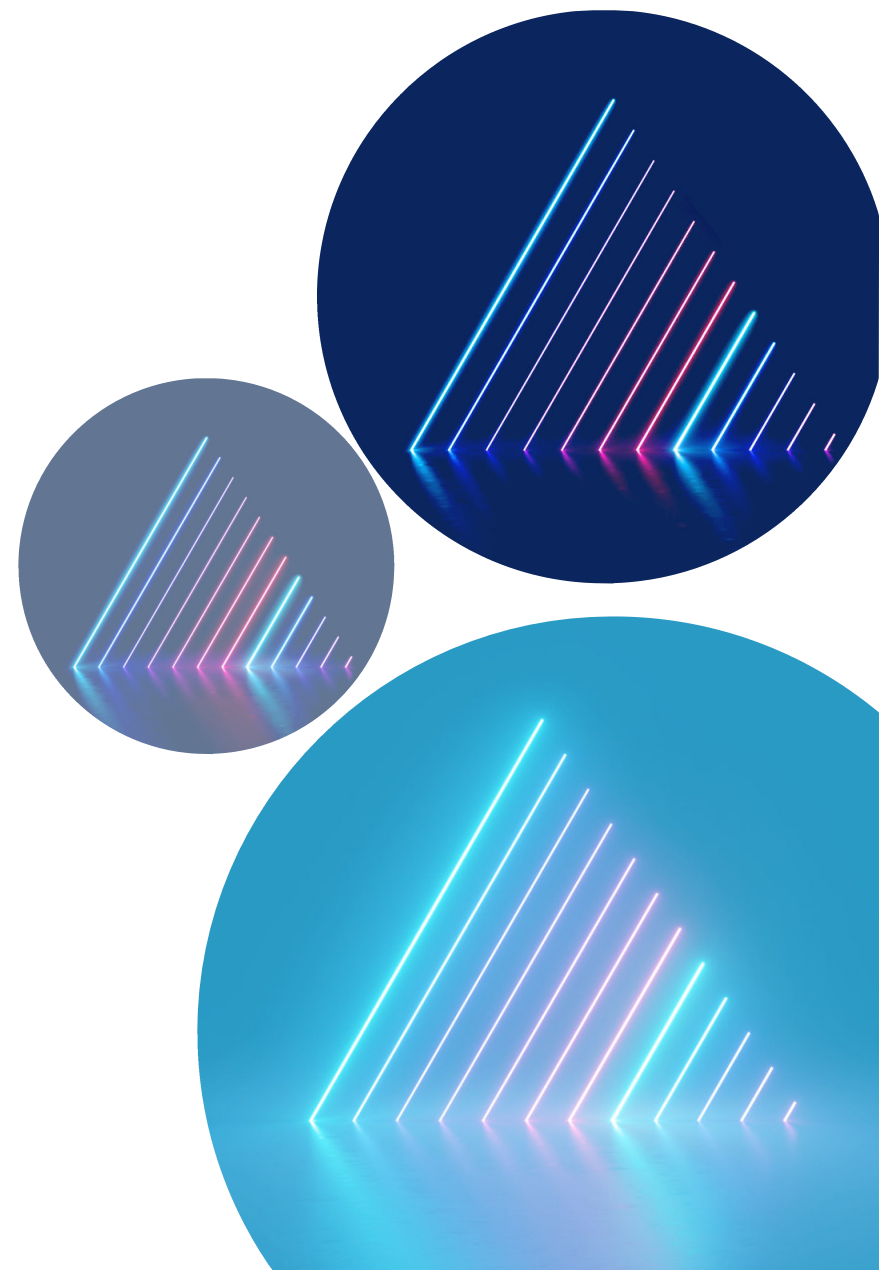
METRON ANALYSIS

Έρευνα στάσεων και
εμπειριών καταναλωτών
από τα κανάλια εξυπηρέτησης των
τηλεπικοινωνιακών παρόχων

Συντάχθηκε για την



Μάρτιος 2025



- **Μεθοδολογία:** Υβριδική (Τηλεφωνική & Online)
- **Περιοχή έρευνας:** Πανελλαδικά
- **Πληθυσμός έρευνας:** Άνδρες και γυναίκες 18-65
- **Μέγεθος δείγματος:** 1.203 άτομα
- **Επιλογή:** Τυχαία επιλογή τηλεφωνικών αριθμών και ερωτώμενων από online panel
- **Διεξαγωγή:** Μάρτιος 2025
- **Σταθμίσεις:** Τα στοιχεία σταθμίσθηκαν με τις πληθυσμιακές κατανομές φύλου, ηλικίας και nuts1 γεωγραφικής περιφέρειας
- **Επισημάνσεις:** Ενδείξεις δημογραφικών διαφορών εντοπίζονται με *

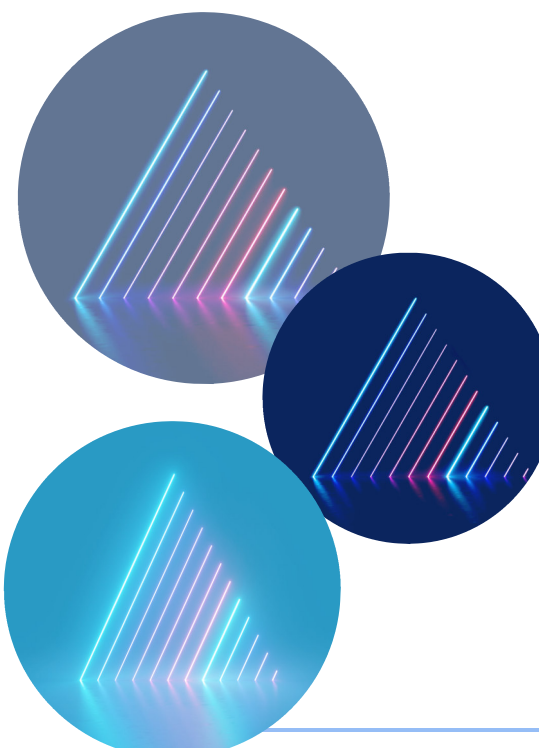
Metron Analysis is a member of the European Society of Opinion and Marketing Research, World Association of Public Opinion Research, Greek Association of Pharmaceutical Management, Greek Institute of Customer Service and Greek Association of Opinion and Marketing Research and abides by the relevant codes and principles of professional practice

	Βασικό προφίλ	%
Περιοχή	Αττική	36
	Βόρεια Ελλάδα	28
	Κεντρική Ελλάδα	25
	Νήσοι	11
	Έγγαμοι	52
Οικογενειακή κατάσταση	Άγαμοι	48
	Ε/Ε ¹	17
	Μισθωτοί	51
Απασχόληση	Δεν εργάζονται	31
	A/B τάξη	24
Κοινωνικο-οικονομική τάξη ²	C1 τάξη	33
	C2 τάξη	28
	D/E τάξη	14

Βασικές πληροφορίες και στάσεις

Στάσεις απέναντι στα κανάλια εξυπηρέτησης

Εμπειρία από τα κανάλια εξυπηρέτησης

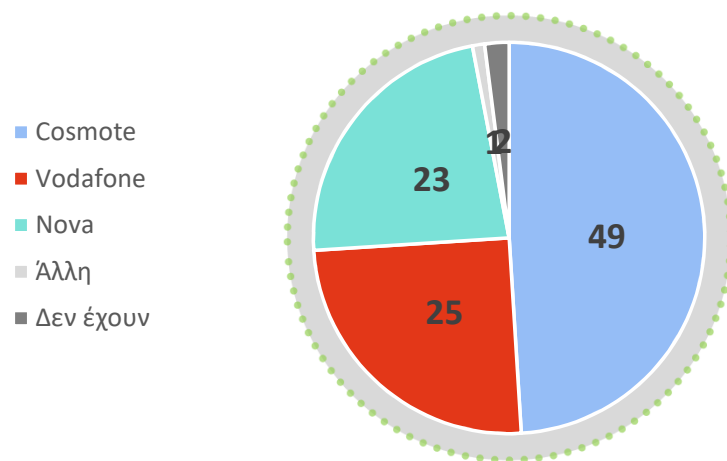


1. Βασικές πληροφορίες προγραμμάτων και στάσεις

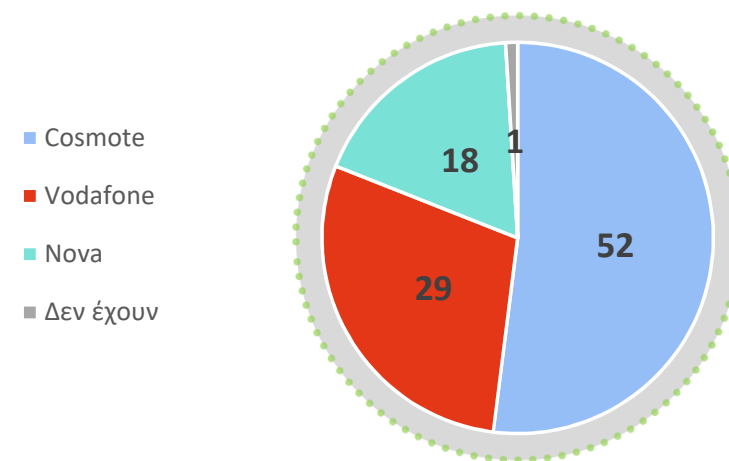
METRONANALYSIS

Εταιρείες συνεργασίας σε σταθερή/κινητή

Ερ: Έχετε σταθερή τηλεφωνία/internet στο νοικοκυριό σας; Εάν ναι, με ποια εταιρεία; (N=Σύνολο)

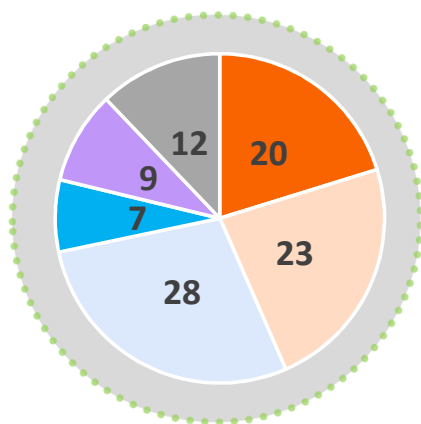


Ερ: Έχετε προσωπικά κινητό τηλέφωνο; Εάν ναι, με ποια εταιρεία συνεργαζόσαστε; (N=Σύνολο)



Ταχύτητα σταθερού internet και διαθέσιμα GB κινητού

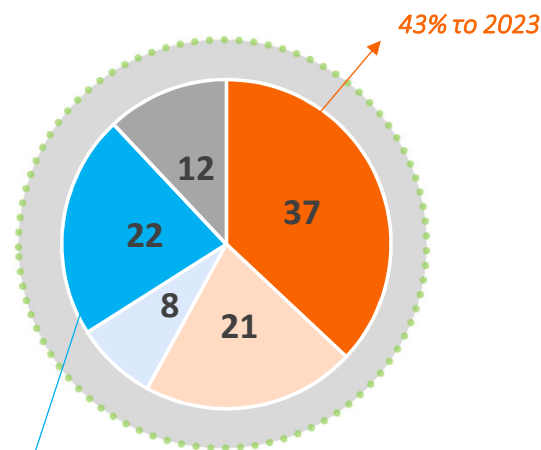
Ερ: Ποια είναι η ταχύτητα του σταθερού internet στο νοικοκυριό σας; (N=κάτοχοι σταθερής)



- 24 Mbps
- 50 Mbps
- 100 Mbps
- 200 Mbps
- 300+ Mbps
- ΔΓ



Ερ: Πόσα δεδομένα σε GB σας παρέχει το πρόγραμμα σας κάθε μήνα; (N=κάτοχοι κινητής)



- Έως 5 GB
- 6-10 GB
- 10+ GB
- Απεριόριστα
- ΔΘ



13% το 2023

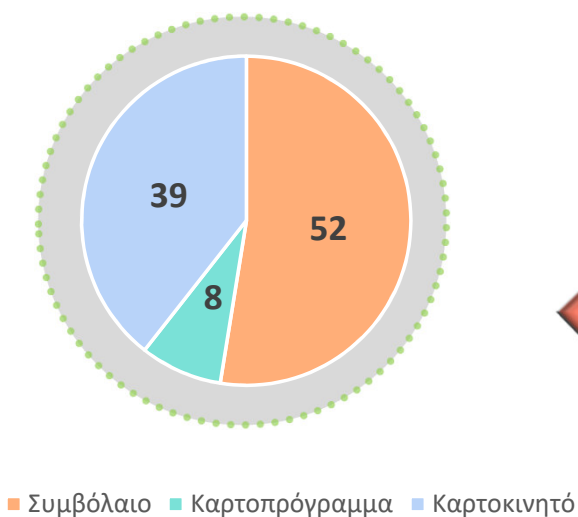
*28% στην ανώτερη τάξη vs. 16% στην κατώτερη

*32% στις ηλικίες 35-44 vs 9% στην 16-24

43% το 2023

Πρόγραμμα κινητής και switches: Ενισχυμένα τα switches προς συμβόλαιο τα τελευταία χρόνια

Ερ: Έχετε συμβόλαιο, καρτοπρόγραμμα ή καρτοκινητό; (N=κάτοχοι κινητής)

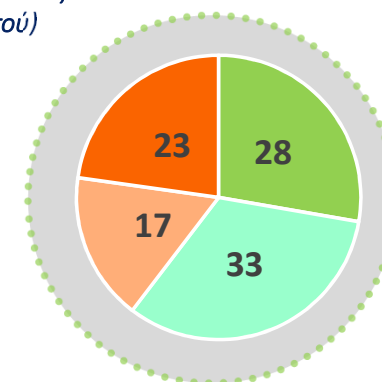


Ερ: Τι από τα παρακάτω ισχύει για το συμβόλαιο σας τα τελευταία 5 χρόνια; (N=κάτοχοι συμβολαίου)



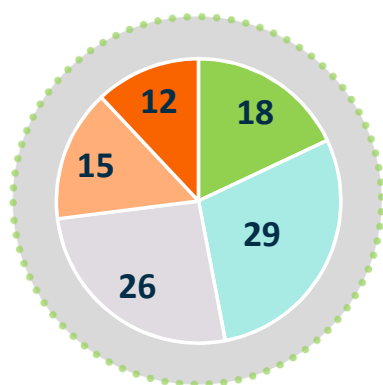
Ερ: Έχει επικοινωνήσει την τελευταία διετία ο πάροχός σας για να σας προτείνει να μεταβείτε σε συμβόλαιο; (N=κάτοχοι καρτοκινητού)

- Συχνά
- Μερικές φορές
- Σπάνια
- Ποτέ



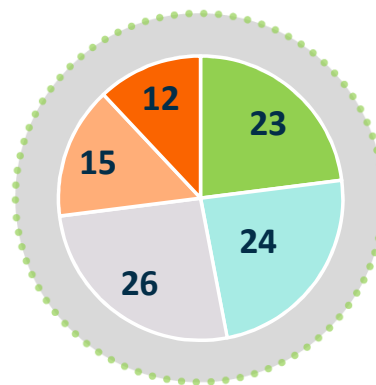
Ικανοποίηση και ευαισθησία τιμών καρτοκινητής: Χαμηλοί δείκτες ικανοποίησης από τιμή/διάρκεια και ύπαρξη ευαισθησίας τιμών

Ερ: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ποσό που πληρώνετε για την ελάχιστη ανανέωση υπολοίπου; (N=κάτοχοι καρτοκινητού)
CSAT: Customer Satisfaction



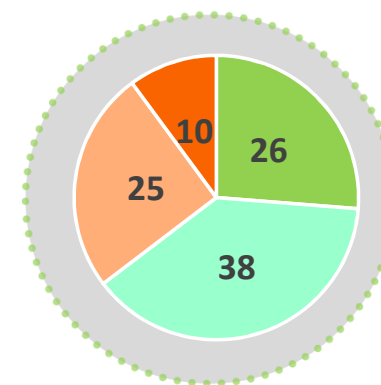
Μέση τιμή CSAT από ποσό: 57%

Ερ: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τη διάρκεια ισχύος κάθε ανανέωσης υπολοίπου; (N=κάτοχοι καρτοκινητού)
CSAT: Customer Satisfaction



Μέση τιμή CSAT από διάρκεια: 58%

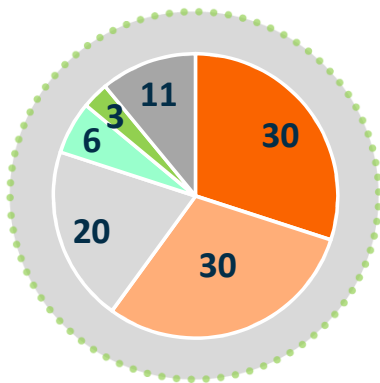
Ερ: Ας υποθέσουμε ότι μόνο ο πάροχος καρτοκινητής σας αύξανε κατά 10% το ποσό που πληρώνετε για την ελάχιστη ανανέωση υπολοίπου, πόσο πιθανό θα ήταν να αλλάξετε πάροχο; (N=κάτοχοι καρτοκινητού)



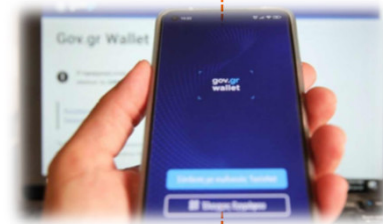
■ Πολύ ■ Αρκετά ■ Όχι και τόσο ■ Καθόλου

Αντίληψη για το value for money βασικής χρήσης κινητού για δεδομένα: Αν και η βασική χρήση κινητού είναι θεωρητική, εάν συνέβαινε, το κόστος δεν θα ανταποκρινόταν στις ανάγκες του καταναλωτή

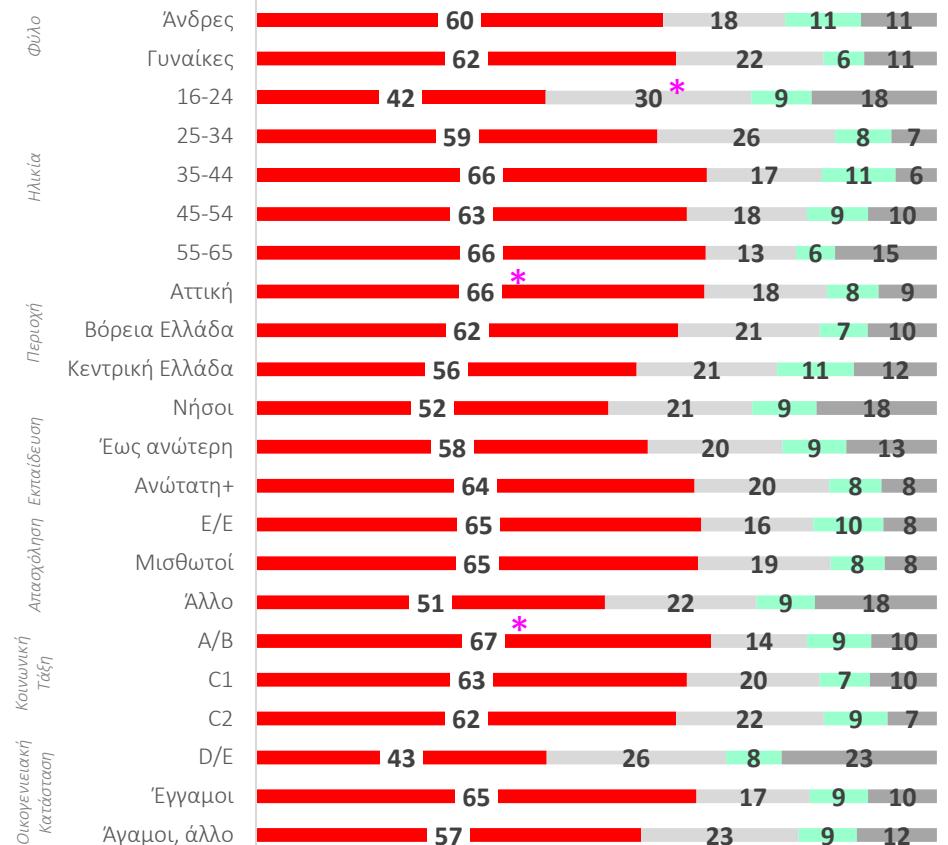
Ερ: Με βάση την εμπειρία σας και όσα γνωρίζετε, θα λέγατε ότι εάν κάποιος καταναλωτής χρησιμοποιούσε το internet στο κινητό του μόνο για internet banking και για να συναλλάσσεται με το δημόσιο, οι τιμές των διαθέσιμων προγραμμάτων κινητής τηλεφωνίας θα ήταν; (N=κάτοχοι κινητού)

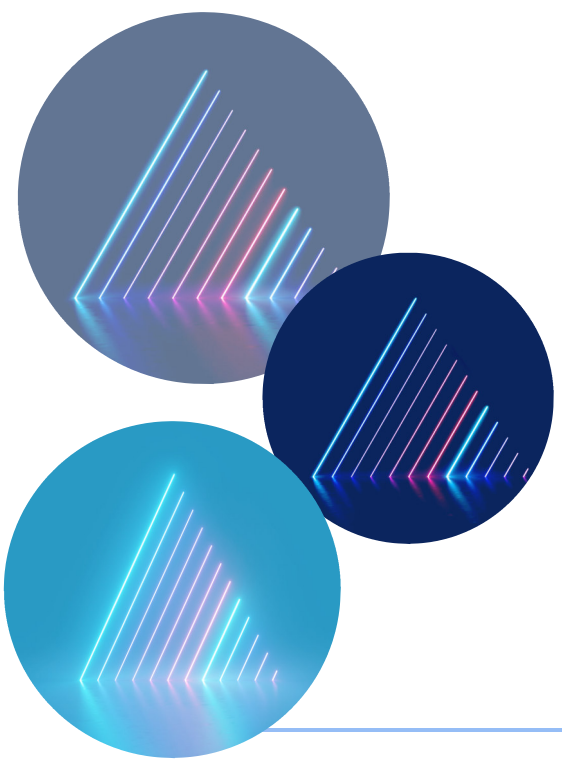


- Πολύ ακριβές για τη χρήση
- Ακριβές για τη χρήση
- Όσο θα έπρεπε
- Φθηνές για τη χρήση
- Πολύ φθηνές για τη χρήση
- ΔΓ



■ Ακριβές (top2box) ■ Όσο θα έπρεπε ■ Φθηνές (bottom2box) ■ ΔΓ





2. Στάσεις απέναντι στα κανάλια εξυπηρέτησης

METRON ANALYSIS

Ερ: Οι εταιρείες τηλεπικοινωνιών χρησιμοποιούν διάφορους τρόπους/κανάλια πώλησης και εξυπηρέτησης του καταναλωτή για θέματα σταθερής και κινητής τηλεφωνίας όπως φυσικά καταστήματα, τηλεφωνικό κέντρο, ιστοσελίδες και εφαρμογές στο κινητό (Apps). Με βάση την εμπειρία σας αλλά και όσα έχετε ακουστά, ποια από τα κανάλια εξυπηρέτησης προσφέρουν; (N=σύνολο)

Παράμετροι

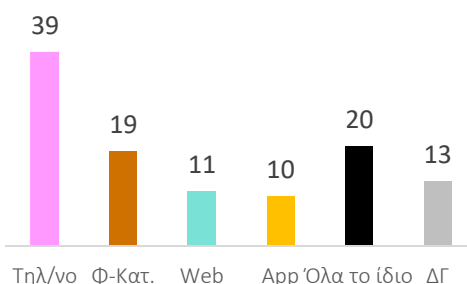
- Καλύτερες τιμές σε σταθερή τηλεφωνία
- Μεγαλύτερες εκπτώσεις σε σταθερή τηλεφωνία
- Αποτελεσματικότερη εξυπηρέτηση
- Ευκολότερη πρόσβαση
- Καλύτερες τιμές σε κινητή τηλεφωνία
- Μεγαλύτερες εκπτώσεις σε κινητή τηλεφωνία
- Καλύτερη ενημέρωση για νέα προγράμματα

Κανάλια (Συντομογραφία)

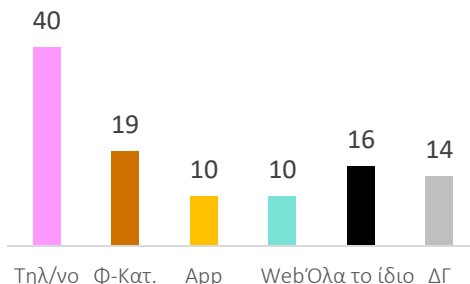
- Φυσικά καταστήματα (Φ-Κατ)
- Τηλεφωνικό κέντρο (Τηλ/νο)
- Ιστοσελίδα (Web)
- Εφαρμογή (App)

Αντιλήψεις για τα κανάλια: Τα κανάλια διαφοροποιούνται (20% max απαντούν «όλα το ίδιο») σε επίπεδο αντίληψης με το τηλέφωνο να είναι το πιο οικονομικό αλλά όχι εύκολα προσβάσιμο όταν το χρειαστείς

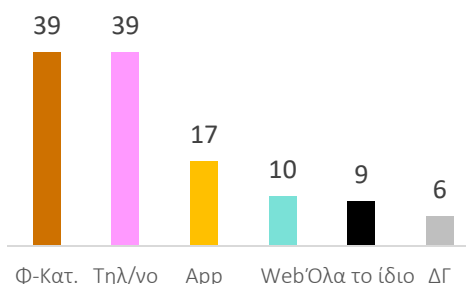
Καλύτερες τιμές σταθερή



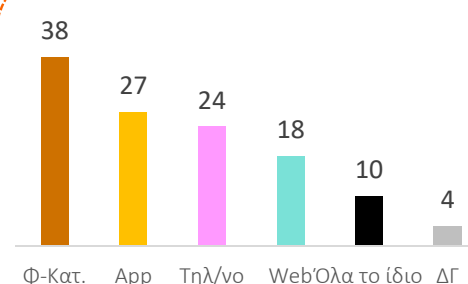
Μεγαλύτερες εκπτώσεις σταθερή



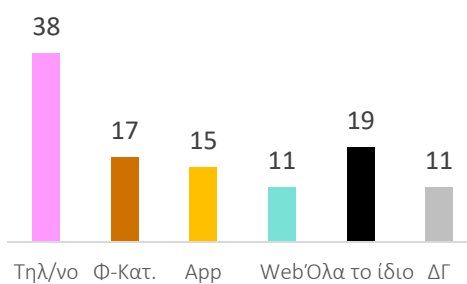
Αποτελεσματική εξυπηρέτηση



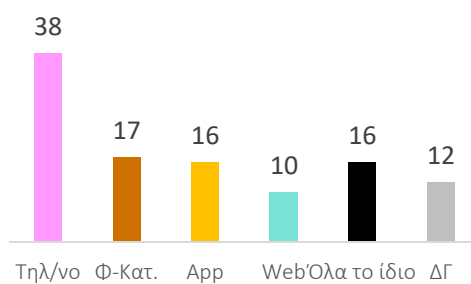
Ευκολότερη πρόσβαση



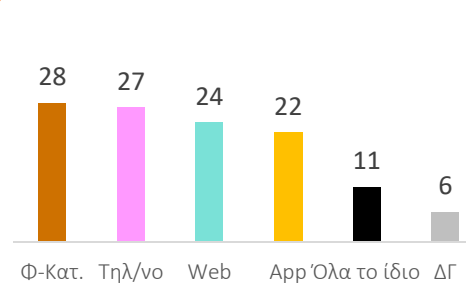
Καλύτερες τιμές κινητή



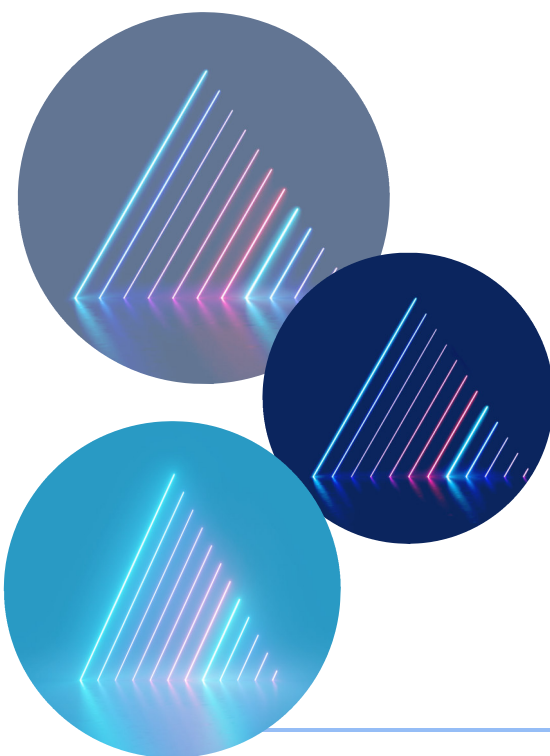
Μεγαλύτερες εκπτώσεις κινητή



Καλύτερη ενημέρωση νέα προγράμματα



*Ισχύει σε όλες τις περιοχές Nuts της χώρας με εξαίρεση τα νησιά όπου προηγείται με 35% το τηλεφωνικό κέντρο και ακολουθούν το App 32% και τα Φ-Κατ. με 26%

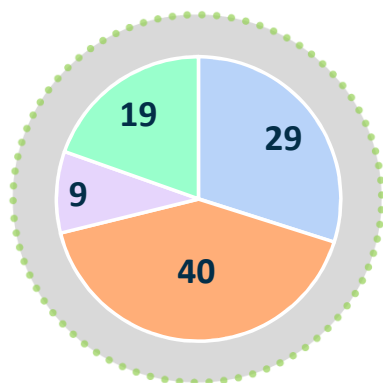


3. Εμπειρία από κανάλια εξυπηρέτησης

METRON ANALYSIS

Κανάλι αγοράς/ανανέωσης σταθερής: Η επαφή με το τηλεφωνικό κέντρο έχει διαμορφώσει την απόφαση παρόχου για σταθερή

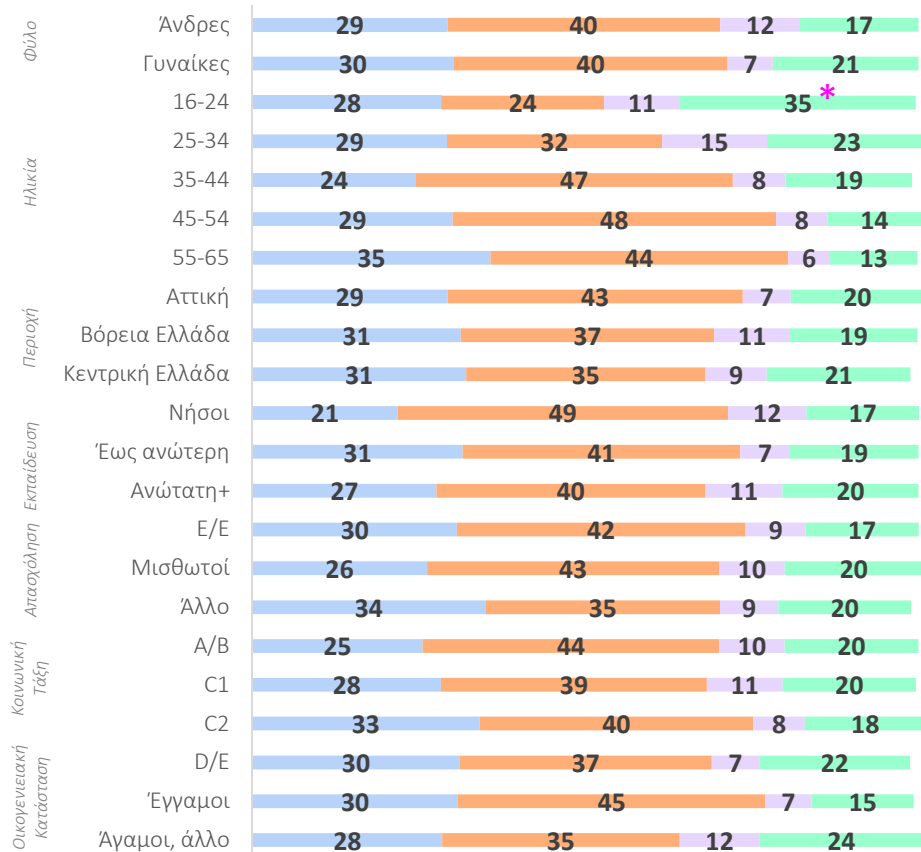
Ερ: Από ποιο κανάλι αγοράσατε/ανανεώσατε τελευταία φορά την σταθερή σας τηλεφωνία/internet; (N=κάτοχοι σταθερού)



- Φυσικό κατάστημα
- Τηλεφωνικό κέντρο
- Ιστοσελίδα
- Εφαρμογή κινητό (App)



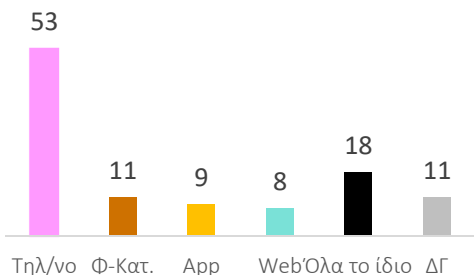
■ Φυσικό κατάστημα ■ Τηλεφωνικό κέντρο ■ Ιστοσελίδα ■ Εφαρμογή κινητού (App)



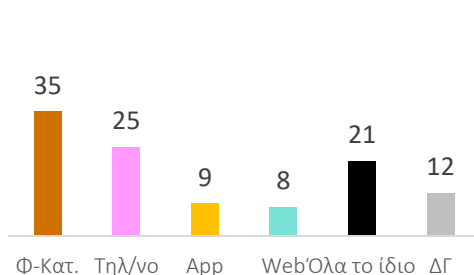
Απόψεις για τις τιμές σταθερής ανάλογα με το που έγινε η αγορά/ανανέωση:
Εντοπίζεται ενίσχυση υπέρ της αντίληψης του Φ-Κατ στους χρήστες του

Καλύτερες τιμές σταθερή

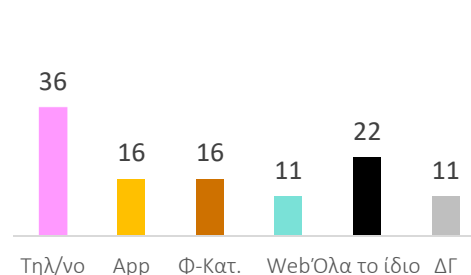
Αγορά/Ανανέωση από Τηλ/νο
40% του δείγματος



Αγορά/Ανανέωση από Φ-Κατ
29% του δείγματος

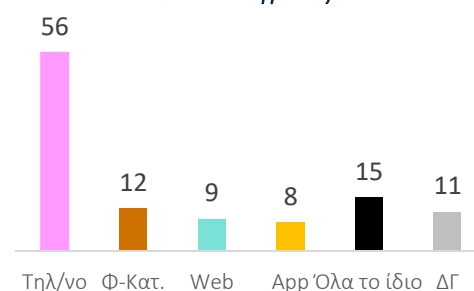


Αγορά/Ανανέωση από App
19% του δείγματος

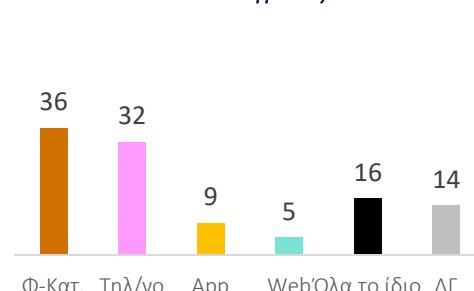


Μεγαλύτερες εκπτώσεις σταθερή

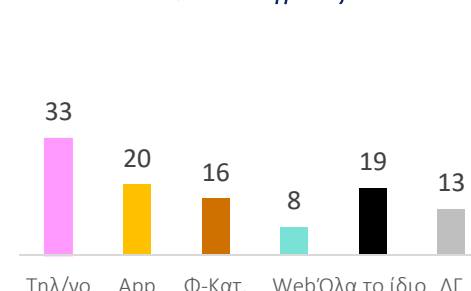
Αγορά/Ανανέωση από Τηλ/νο
40% του δείγματος



Αγορά/Ανανέωση από Φ-Κατ
29% του δείγματος

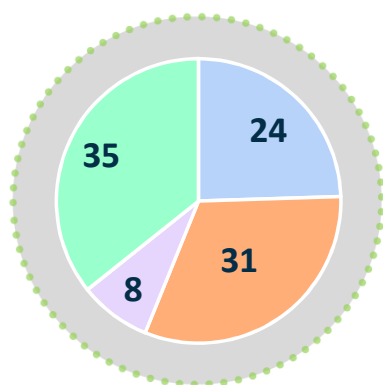


Αγορά/Ανανέωση από App
19% του δείγματος

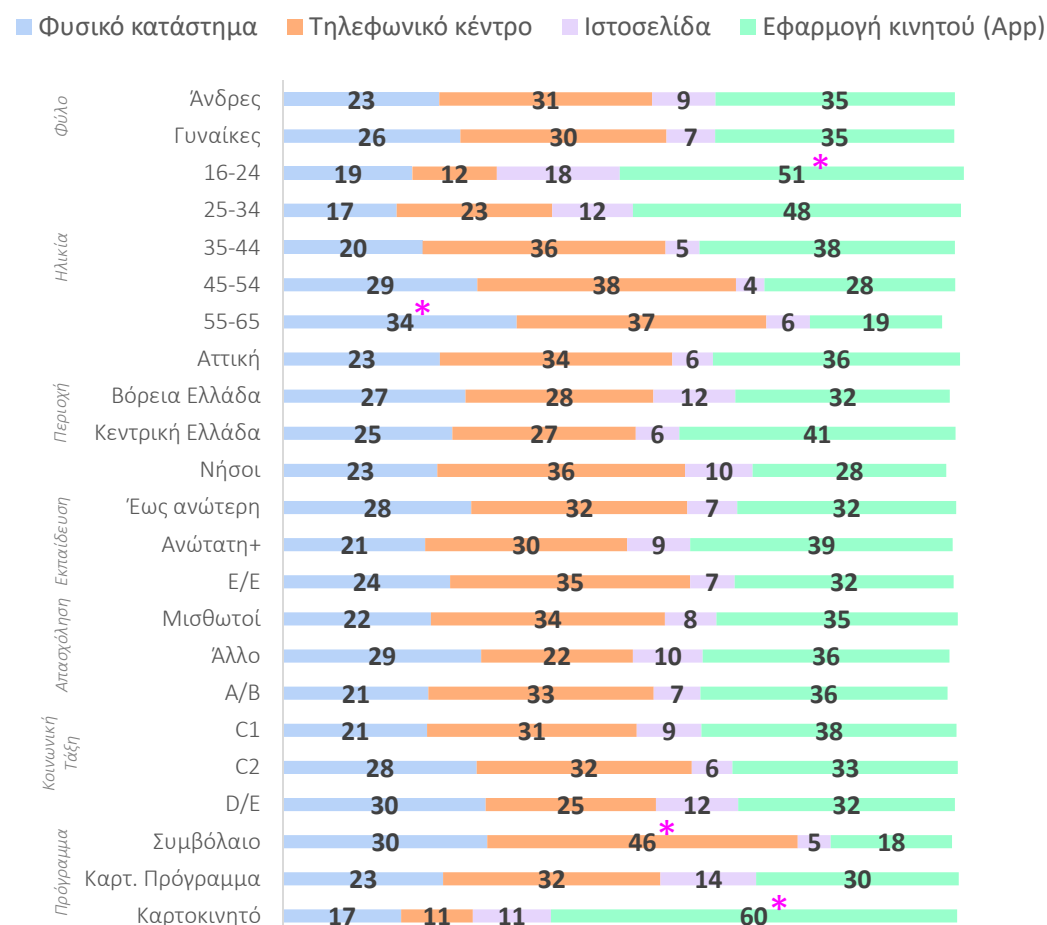


Κανάλι αγοράς/ανανέωσης κινητής: Η εφαρμογή χρησιμοποιείται για ανανέωση ιδιαίτερα σε καρτοκινητά ενώ το τηλεφωνικό κέντρο για αγορά συμβολαίου

Ερ: Από ποιο κανάλι αγοράσατε/ανανέωσατε τελευταία φορά την κινητή σας τηλεφωνία; (N=κάτοχοι κινητού)



- Φυσικό κατάστημα
- Τηλεφωνικό κέντρο
- Ιστοσελίδα
- Εφαρμογή κινητό (App)

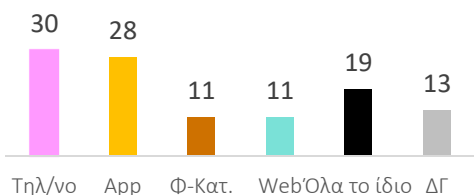


Απόψεις για τις τιμές κινητής ανάλογα με το που έγινε η αγορά/ανανέωση:

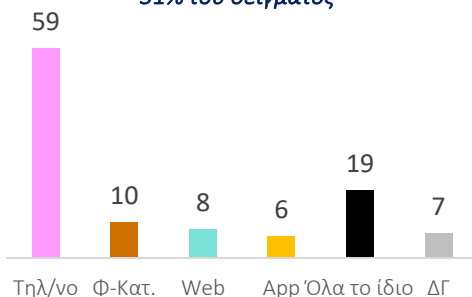
Εντοπίζεται ενίσχυση υπέρ της αντίληψης του Φ-Κατ στους χρήστες του αλλά και του App

Καλύτερες τιμές κινητή

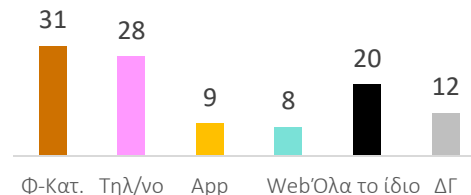
Αγορά/Ανανέωση από App
35% του δείγματος



Αγορά/Ανανέωση από Τηλ/νο
31% του δείγματος

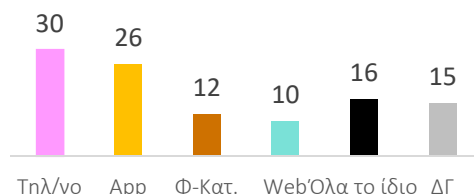


Αγορά/Ανανέωση από Φ-Κατ
24% του δείγματος

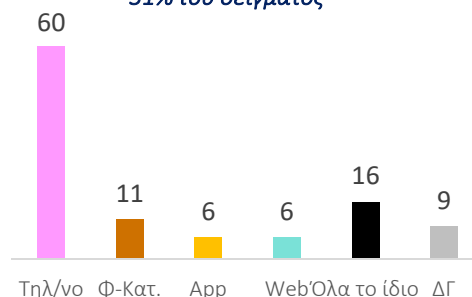


Μεγαλύτερες εκπτώσεις κινητή

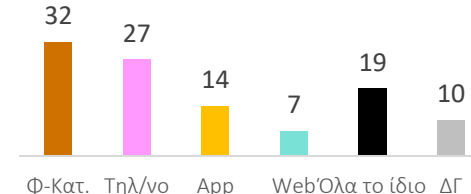
Αγορά/Ανανέωση από App
35% του δείγματος



Αγορά/Ανανέωση από Τηλ/νο
31% του δείγματος

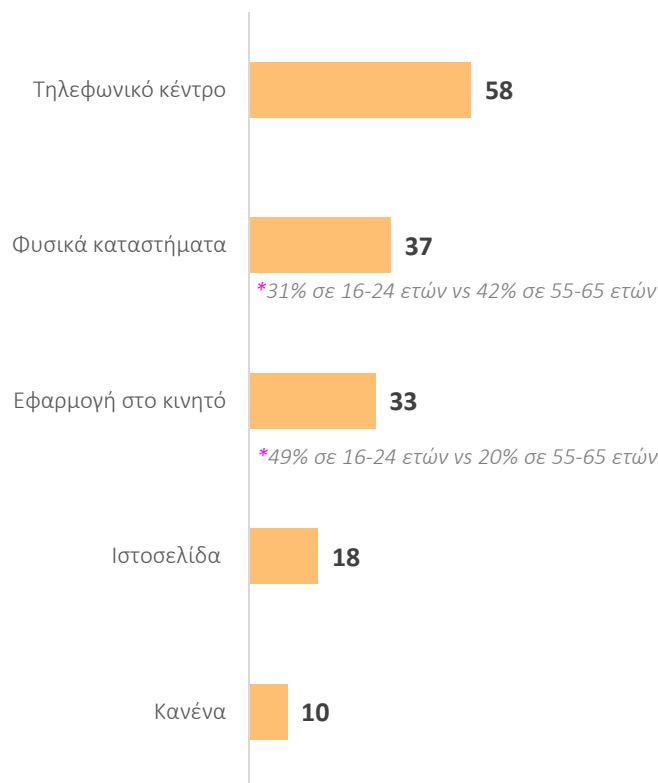


Αγορά/Ανανέωση από Φ-Κατ
24% του δείγματος



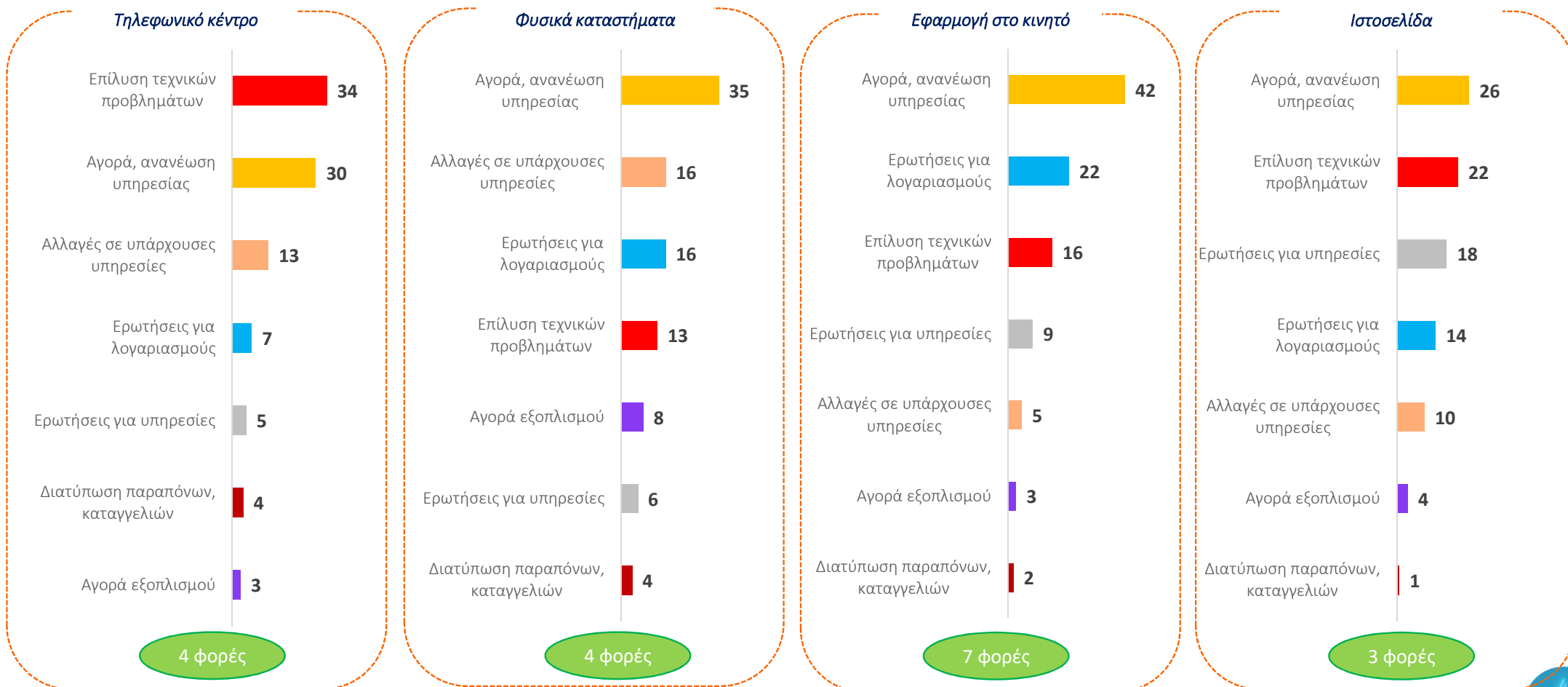
Επαφές ανά κανάλι και εταιρείες: Το τηλεφωνικό κέντρο έχει τη μεγαλύτερη διείσδυση χρήσης και ακολουθούν φυσικά καταστήματα και Apps (ιδιαίτερα σε νέους)

Ερ: Έχετε έρθει σε επαφή με κάποια από τα παρακάτω κανάλια εξυπηρέτησης των εταιρειών τηλεπικοινωνιών το τελευταίο έτος είτε με δική σας πρωτοβουλία ή με πρωτοβουλία της εταιρείας αποκλειστικά για θέματα σταθερής ή κινητής τηλεφωνίας; (N=σύνολο), πολλαπλή, λίστα



Ένταση και λόγοι χρήσης κάθε καναλιού: Το App δημιουργεί σχεδόν τόσα moments of truth (επαφές) όσα και το τηλεφωνικό κέντρο (έμφαση σε τεχνικά προβλήματα) καθώς με μικρότερη διείσδυση (33% vs 58%) έχει μεγαλύτερη ένταση (7 vs 4 φορές)

Ερ: Πόσες φορές περίπου εξυπηρετηθήκατε από την εταιρεία αυτή μέσω του καναλιού αυτού τον τελευταίο χρόνο; Και τι αφορούσε η τελευταία φορά; (N=επαφές καναλιού), Λίστα



Δείκτες ικανοποίησης (CSAT) από κάθε κανάλι: Το App αφήνει τους χρήστες περισσότερο ικανοποιημένους (ειδικά για εύκολες ανανεώσεις ή αγορές), τα φυσικά καταστήματα ακολουθούν (ιδανικά για ερωτήσεις) και έπεται το τηλεφωνικό κέντρο

Ερ: Πόσο ικανοποιημένοι μείνατε από την τελευταία σας εμπειρία στο κανάλι αυτό σε μία κλίμακα από το 0=καθόλου έως το 100=απόλυτα; (N=επαφές καναλιού) Σκορ CSAT

Τηλεφωνικό κέντρο

70%



Φυσικά καταστήματα

75%



Εφαρμογή στο κινητό

78%



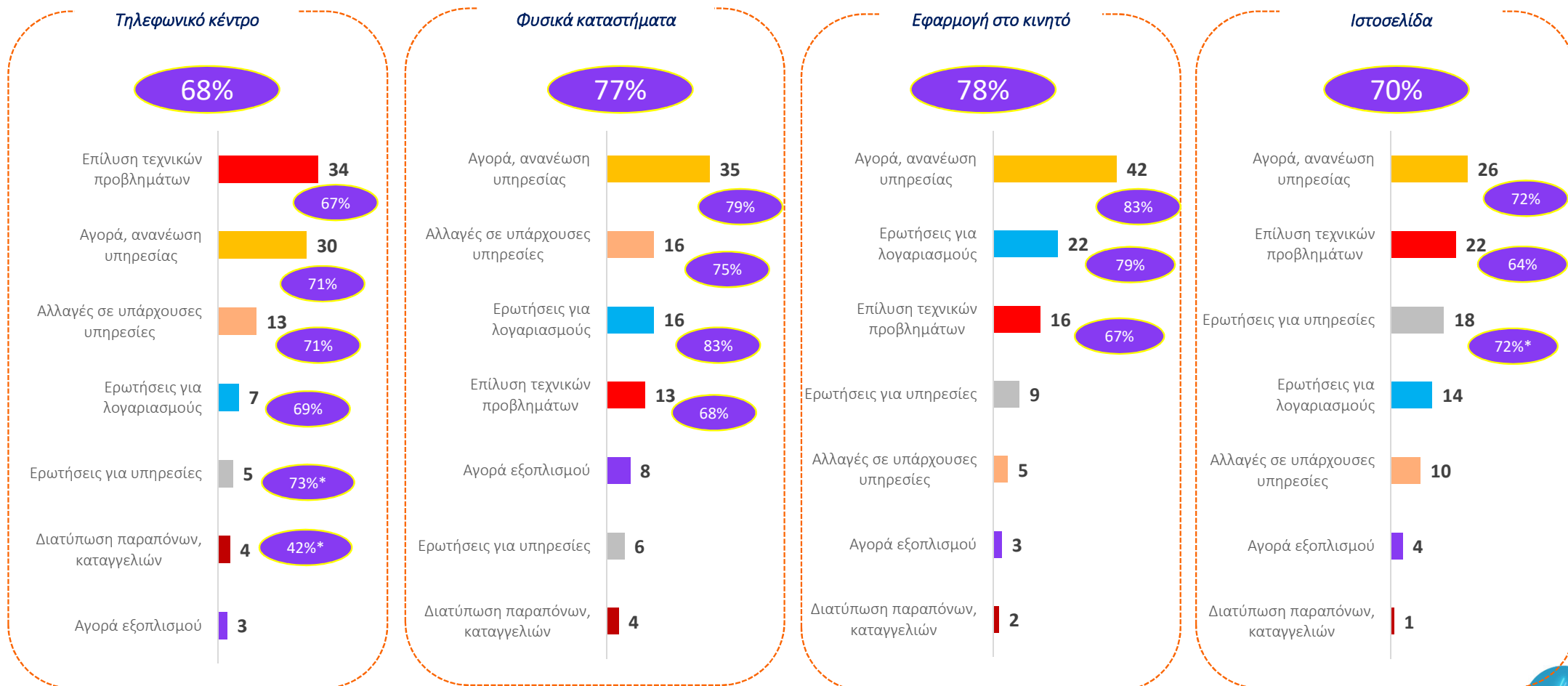
Ιστοσελίδα

69%



Δείκτες Customer Effort Score (CES) από κάθε κανάλι: Σχεδόν ανάλογα με το CSAT είναι τα αποτελέσματα αλλά με σημαντική υστέρηση του τηλεφωνικού κέντρου

Ερ: Πόσο εύκολο ή δύσκολο ήταν να εξυπηρετηθείτε σε μία κλίμακα από το 0=πολύ δύσκολο έως το 100=πολύ εύκολο; (N=επαφές καναλιού) Σκορ CES



*Έρευνα Στάσεων και Εμπειριών από τα Κανάλια Εξυπηρέτησης (2025)

*ενδεικτικά στοιχεία λόγω χαμηλών βάσεων

METRON ANALYSIS

3. Εμπειρία από κανάλια εξυπηρέτησης

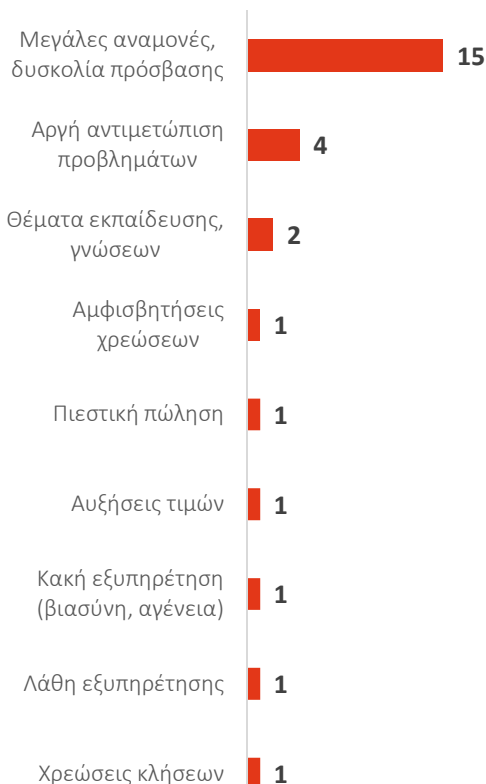
Μέσο σκορ CES

21

Προβλήματα που έχουν συναντηθεί ανά κανάλι: Η προσβασιμότητα/αναμονή των δύο πρώτων καναλιών και τα τεχνικά προβλήματα στο App είναι οι κύριες αναφορές

Ερ: Τον τελευταίο χρόνο και ανεξάρτητα από εταιρεία έχετε αντιμετωπίσει κάποιο πρόβλημα στην επαφή σας με καθένα από τα παρακάτω κανάλια εξυπηρέτησης; (N=χρήστες καναλιού), αυθόρμητα

Τηλεφωνικό κέντρο 58%



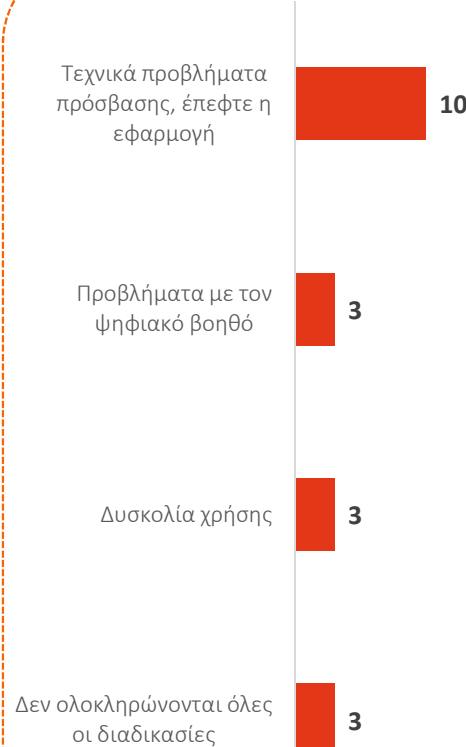
76% τίποτα

Φυσικά καταστήματα 37%



84% τίποτα

Εφαρμογή στο κινητό 33%



82% τίποτα

Ιστοσελίδα 18%



89% τίποτα

Προτάσεις βελτίωσης ανά κανάλι: Περισσότερο προσωπικό ή μείωση των εμποδίων πρόσβασης και βελτίωση/αναβάθμιση των Apps (και των assistants) είναι οι κύριες αναφορές – 5% των χρηστών Φ-Κατ θα ήθελε και εκεί αντίστοιχες προσφορές με τηλέφωνο

Ερ: Τι θα προτείνατε στις εταιρείες τηλεπικοινωνιών ώστε να γίνει καλύτερη η εξυπηρέτησή σας από το αντίστοιχο κανάλι εξυπηρέτησης; (N=χρήστες καναλιού), αυθόρμητα

Τηλεφωνικό κέντρο 58%



26% τίποτα

Φυσικά καταστήματα 37%



32% τίποτα

Εφαρμογή στο κινητό 33%



48% τίποτα

Ιστοσελίδα 18%



53% τίποτα

+



Έρευνα στάσεων και εμπειριών καταναλωτών από τα κανάλια εξυπηρέτησης των τηλεπικοινωνιακών παρόχων

•



Συντάχθηκε για την



EETT

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Μάρτιος 2025

METRON ANALYSIS

6 Sinopis Str., 115 27 Athens

T: +30 210 745 1800, **F:** +30 210 745 1888

W: www.metronanalysis.gr