
EXPERIÊNCIA EM APPS E STREAMING DE VÍDEO DETERMINAM FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE

- Novo comportamento dos usuários em relação aos apps de vídeo gera barreiras no uso dos smartphones, apesar da melhoria nas redes
- Entre os usuários de smartphones, três em cada cinco enfrentam mais de 11 dificuldades ao menos uma vez por semana, e são duas vezes mais propensos a pensar em trocar de operadora
- Os Net Promoter Scores (NPS) não são mais suficientes para medir a fidelidade dos usuários de smartphones

No setor de banda larga móvel, a fidelidade dos clientes não é o que parece ser. De acordo com o novo relatório do Ericsson ConsumerLab, conforme o comportamento dos usuários de smartphones muda, as medições tradicionais não são mais suficientes para determinar se os clientes preferem suas operadoras.

Apesar de todas as melhorias nas redes móveis desde 2013, o número de usuários de smartphone que enfrentam dificuldades diariamente não mudou. Um dos motivos-chave para isso é o novo comportamento mundial em relação ao streaming de vídeo: da Coreia do Sul, onde um terço dos usuários de smartphones assiste a vídeos transmitidos ao vivo por outros usuários; até os EUA, onde 14% dos usuários começou a usar apps de streaming de vídeo. No Brasil, um terço dos usuários de smartphone entrevistados já assistiu a vídeos ao vivo transmitidos por outras pessoas através do Facebook, enquanto 23% diz que assistiu a vídeos de jogos ao vivo usando apps de eSports.

Mas, apesar de o comportamento dos consumidores ter mudado, as medições de fidelidade dos clientes mais usados no setor de telecomunicações continuam as mesmas. O relatório “Experiência determina fidelidade dos consumidores móveis” mostra que os Net Promoter Scores (NPS) não conseguem determinar a preferência dos usuários por sua operadora de celular, principalmente porque não levam em conta a mudança nas expectativas em relação ao desempenho da rede, causadas pelo novo comportamento em apps de streaming de vídeo.

O relatório mostra que, quando usuários de smartphone enfrentam 11 ou mais entraves por semana, a chance de pensarem em trocar de operadora é aproximadamente duas vezes maior. O mais alarmante é que três em cada cinco usuários de smartphones afirmam

enfrentar mais de 11 contratempos ao menos uma vez por semana, sendo, agora, os erros em streaming de vídeo os mais comuns.

O relatório oferece seis diferentes perfis de fidelidade para quantificar os diferentes motivos e preferências que os usuários de smartphone demonstram em relação à sua operadora. Em muitos casos, consumidores que dizem que recomendariam sua operadora fazem isso não por preferência, mas porque não conseguem identificar uma alternativa melhor, segundo o relatório.

O relatório constatou que a experiência em banda larga móvel continua sendo o principal elemento que motiva a fidelidade dos usuários de smartphone às suas operadoras. No entanto, é também uma causa comum de insatisfação entre 73% dos usuários no mundo. Em mercados de alto crescimento, como Brasil e Índia, a experiência em banda larga móvel é duas vezes mais importante que a experiência em voz na geração da fidelidade dos usuários de smartphone.

Os usuários de smartphone usam seus próprios critérios para julgar a experiência em banda larga móvel, com base no desempenho dos apps – em especial se apps de vídeo reproduzem sem interrupção e se os usuários conseguem carregar conteúdo rapidamente para compartilhar nas redes sociais. Segundo o estudo, os usuários de smartphone da geração do milênio (com idade entre 18 e 24) preferem majoritariamente saber das operadoras como é o desempenho de seus apps favoritos de redes sociais e de streaming de vídeo, em vez de saber a extensão e o alcance de cobertura da rede.

Julia Casagrande, gerente de Marketing da Ericsson América Latina, diz: “Conforme surgem novos apps e o comportamento de uso de vídeo evolui, o desempenho da rede será cada vez mais importante e determinará a fidelidade dos usuários de smartphone às suas operadoras”.

As opiniões expressas na pesquisa representam 40 milhões de usuários de smartphone no Brasil e 650 milhões de usuários de smartphone de 14 mercados: Alemanha, Brasil, China, Coreia do Sul, Estados Unidos, Índia, Indonésia, Irlanda, Omã, Polônia, Reino Unido, Rússia, Suécia e Ucrânia.

Sobre o relatório

O estudo incluiu pesquisa qualitativa e quantitativa e medições em dispositivos. Um total de 30 usuários de smartphones da Coreia do Sul, dos Estados Unidos e do Reino Unido participou de entrevistas presenciais detalhadas.

Em fevereiro de 2016, 1.000 usuários de smartphones de 14 mercados globais participaram de uma pesquisa on-line (exceto na Índia, onde 2.000 usuários participaram). Um total de 15.000 usuários de smartphones iPhone e Android com idade entre 18 e 69 anos participou da pesquisa nos seguintes locais: Alemanha, Brasil, China, Coreia do Sul, Estados Unidos, Índia,

Indonésia, Irlanda, Omã, Polônia, Reino Unido, Rússia, Suécia e Ucrânia. Todos os usuários de smartphones participantes usavam banda larga móvel ao menos uma vez por semana.

As opiniões expressadas na pesquisa representam 650 milhões de usuários de smartphones de 14 mercados. Painéis de medição foram usados em 11.500 smartphones Android na Coreia do Sul e nos EUA para registrar todas as interações dos usuários com seus celulares (dados coletados pela Nielsen em outubro de 2015).

NOTAS AOS EDITORES

[Experiência determina a lealdade dos consumidores móveis](#)

[Webinar sob demanda](#)

Para media-kits, materiais de apoio e fotos em alta resolução, acesse:

www.ericsson.com/br/thecompany/press

A Ericsson é a impulsionadora da Sociedade Conectada – uma empresa líder em tecnologia da comunicação e serviços. Nosso relacionamento a longo prazo com todas as maiores operadoras no mundo permite que pessoas, negócios e sociedades alcancem seu potencial e criem um futuro mais sustentável.

Nossos serviços, softwares e infraestrutura – especialmente nos setores de mobilidade, banda larga e na nuvem – permitem à indústria de telecomunicações e outros setores a concretizar melhores negócios, aumentar a eficiência, melhorar a experiência do usuário e captar novas oportunidades.

Com mais de 115 mil profissionais e clientes em 180 países, combinamos tecnologias em escala global e liderança em serviços. Damos suporte a redes que conectam mais de 2,5 bilhões de assinantes. De todo o tráfego mundial de dados, 40% deles passa pelas redes da Ericsson. Nosso investimento em pesquisa e desenvolvimento garante que nossas soluções – e nossos clientes – estejam sempre na frente.

Fundada em 1876, a Ericsson está sediada em Estocolmo, na Suécia. Em 2015, a empresa gerou receitas de 246,9 bilhões de coroas suecas (US\$ 29,4 bilhões). A Ericsson está listada nas bolsas de valores NASDAQ OMX (Estocolmo) e NASDAQ (Nova York).

Na América Latina estamos presente desde 1896, quando entregamos equipamentos pela primeira vez na Colômbia. No início do século XX, aumentamos nossa presença na região ao firmar acordos na Argentina, Brasil e México. Hoje, estamos presentes em mais de 50 países da América do Sul, América Central, México e Caribe, com instalações completas, como unidade de Produção e Centro de Inovação com atividades de pesquisa e desenvolvimento (P&D), além de Centro de Treinamento. A Ericsson é a fornecedora líder

do setor de telecomunicações com mais de 40% do mercado na América Latina e mais de 100 contratos de serviços de telecomunicações na região.

www.ericsson.com/br

www.ericsson.com/br/news

www.twitter.com/ericssonbr

www.facebook.com/ericssonbr

www.youtube.com/EricssonBrazil

www.slideshare.net/EricssonLatinAmerica

PARA MAIS INFORMAÇÕES, ENTRE EM CONTATO COM:

Priscilla Staell priscilla.staell@ericsson.com

Tel.: +55 11 2224 1876