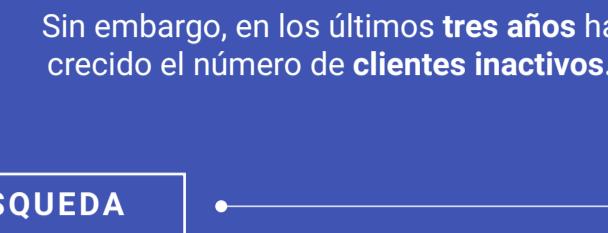
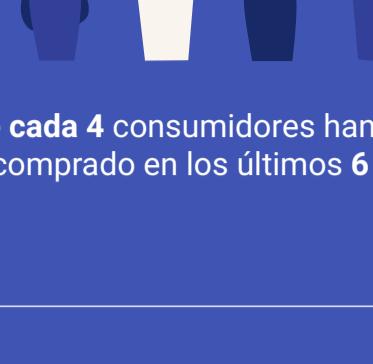


¿Cómo se buscan y se compran los servicios de TELECOMUNICACIONES?



3 de cada 4 consumidores han buscado o comprado en los últimos 6 meses.

Sin embargo, en los últimos **tres años** ha crecido el número de **clientes inactivos**.

LA BÚSQUEDA

Se busca más información sobre LÍNEAS MÓVILES, pero teniendo en cuenta la tasa de penetración de cada servicio, la búsqueda de TV DE PAGO es mucho mayor.

65% busca información

45%
buscan paquetes

41% paquetes con móvil

26% con TV



40%
productos sueltos

23% banda ancha

23% móvil

11% plataf. video online

9% fijo

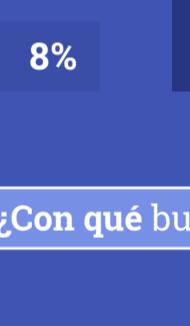
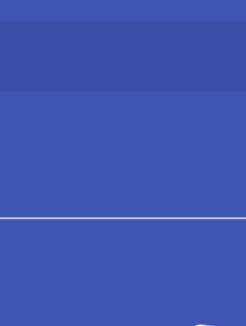
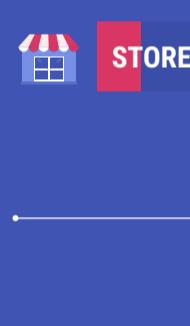


Búsqueda sobre usuarios de cada servicio



¿Por qué buscan?

El principal motivo de búsqueda es **evaluar un posible cambio de compañía**



44%
cambiarse de
compañía

33%
comparar mi
compañía con otras

32%
conocer ofertas
específicas para mí

23%
Estar al día de las
últimas tendencias

21%
saber más sobre mi
compañía actual

¿Cómo buscan?

¿Qué buscan?



ONLINE

54%



OFFLINE

23%



CALL CENTER

15%



STORE

8%

88% precio y ofertas

61% productos

La **página web del operador** es el touchpoint más importante en la búsqueda de información.

La **tienda** es el lugar donde cerrar ventas.

¿Con qué buscan?



72%
con ordenador



25%
desde el móvil



18%
con tablet

SEGÚN EL TIPO DE BÚSQUEDA:

- **Ordenador** para escribir o gestionar mucha información
- **Smartphone** para APPs y RRSS
- **Tablet** para artículos de mayor profundidad

LA COMPRA



70% de los usuarios compra productos paquetizados



incluye televisión



incluye móvil

La televisión

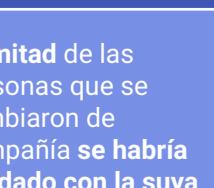
Es el **principal driver de compra** de un nuevo paquete



1.
El precio



2.
Atención al Cliente



La **mitad** de las personas que cambiaron de compañía se habría quedado con la suya si les hubiera ofrecido lo que buscaban.



1/4 compras es iniciativa de la compañía