

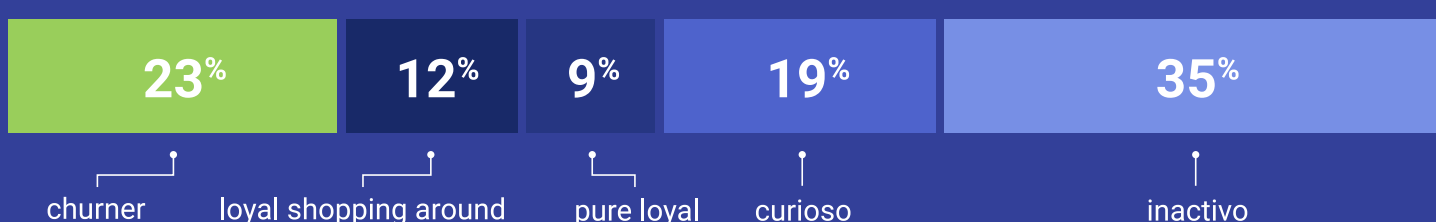
MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Estudio de digitalización 2017

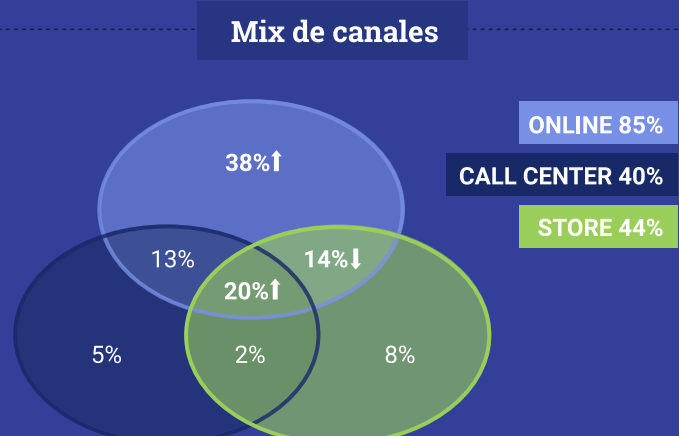
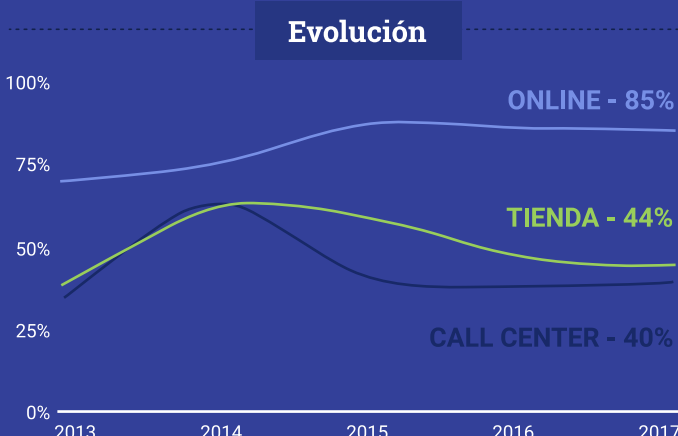
SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO

En la primera mitad de 2017 la actividad se mantiene. **Permite la batalla por la captación.**

Segmentación del consumidor según su comportamiento



DIGITAL COMO CANAL DE VENTA



6 puntos de contacto



Mayor uso del buscador entre **churners** que entre **loyals**

SOLO MÓVIL



SOLO FIJO



CONVERGENTE



OPORTUNIDAD



Al 60% de los curiosos le interesa **concertar una cita con la tienda** a través de Internet.

Otras oportunidades para las marcas



ECOMMERCE

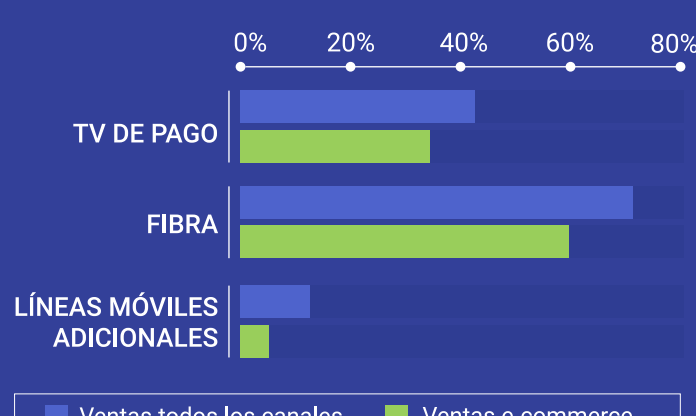


Para mejorar el ecommerce es necesario **acometer proyectos transformacionales**

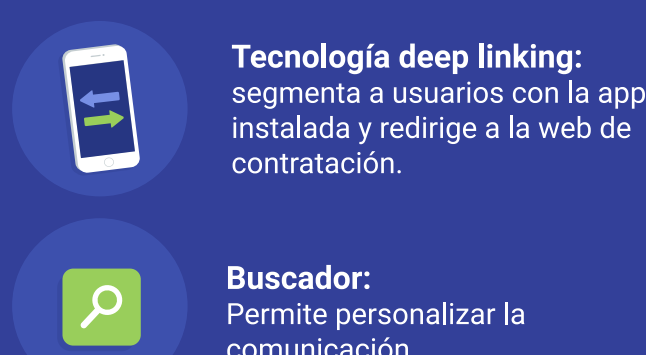
fuerza: Análisis de Google sobre búsquedas

DIGITAL COMO CANAL DE DESARROLLO Y FIDELIZACIÓN

Principales dificultades para potenciar la venta



Estrategias centradas en la relación con el cliente



DIGITAL EN LA ESTRATEGIA DE GESTIÓN DEL CHURN

El canal digital **permite captar señales de riesgo de 'churn'** para realizar una gestión preventiva.

Factores clave identificados para el éxito



RESULTADOS PARA MARCAS

