

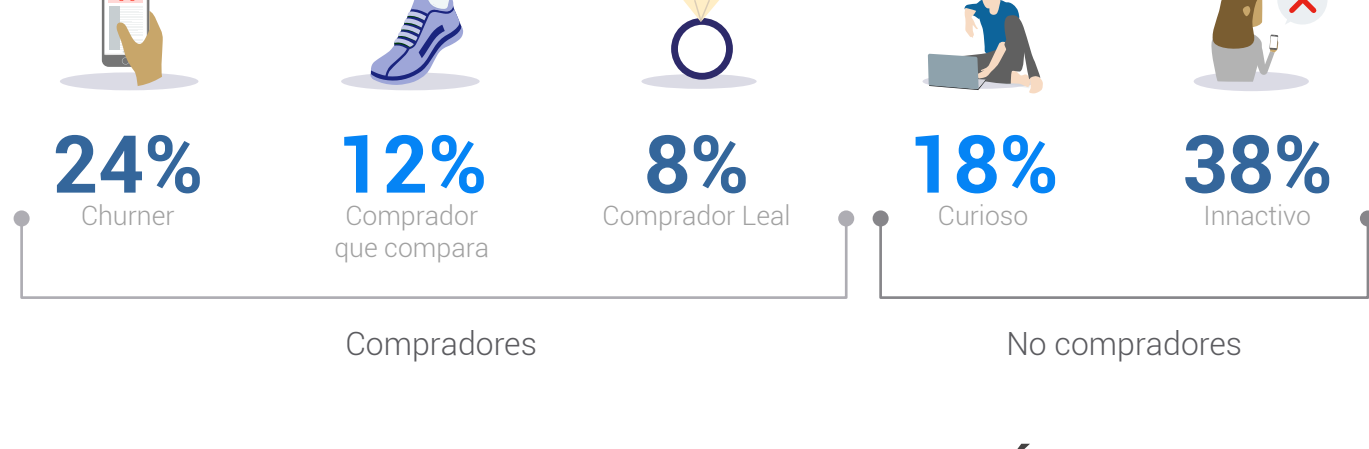
MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Estudio de digitalización 2018

SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO

La actividad del mercado se mantiene y se intensifica la batalla en la captación.

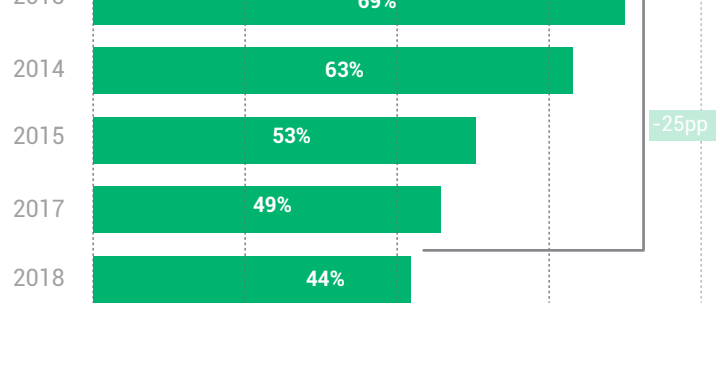
Segmentación del consumidor según su comportamiento:



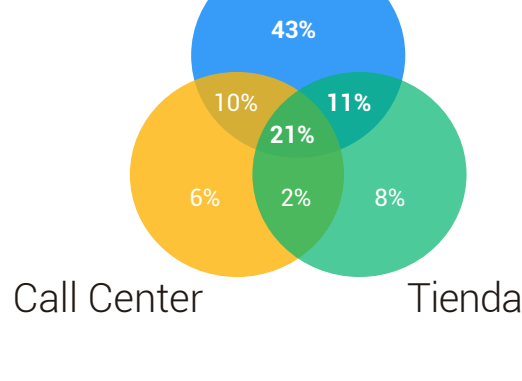
MULTICANALIDAD EN EL PROCESO DE BÚSQUEDA

Aumenta el uso exclusivo del canal online para informarse:

Evolución del porcentaje de usuarios con perfil multicanal:



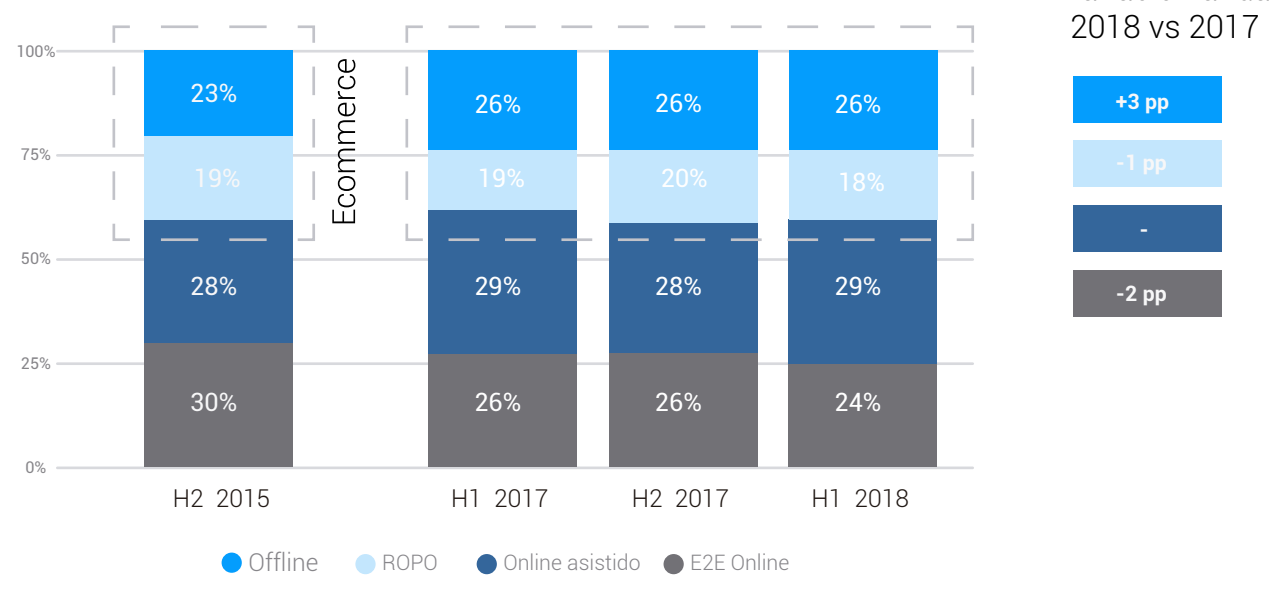
Canales empleados en la búsqueda:



MULTICANALIDAD EN EL PROCESO DE COMPRA

47% supone el canal digital en el proceso de compra.

Caracterización de los usuarios en función del uso de canales para informarse y comprar:

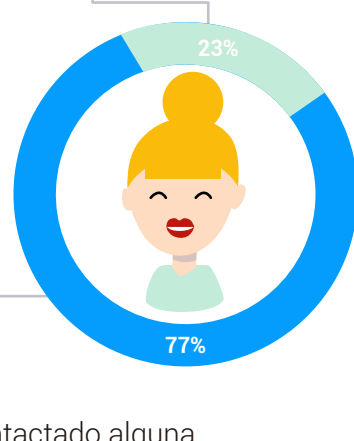


CANALES DE CONTACTO CON CLIENTE

Web y App siguen **ganando terreno como canales de contacto del cliente** con su operador. La autogestión evoluciona de manera significativa vs el año anterior aunque **el teléfono continúa como el canal de contacto más utilizado**.

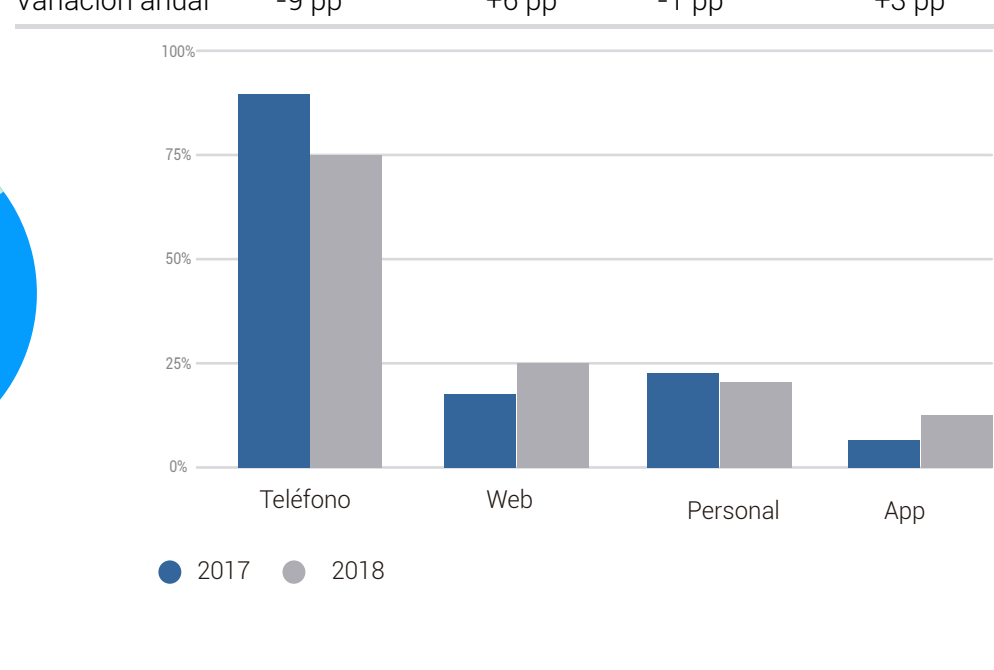
Total usuarios 2018

No ha contactado con su compañía



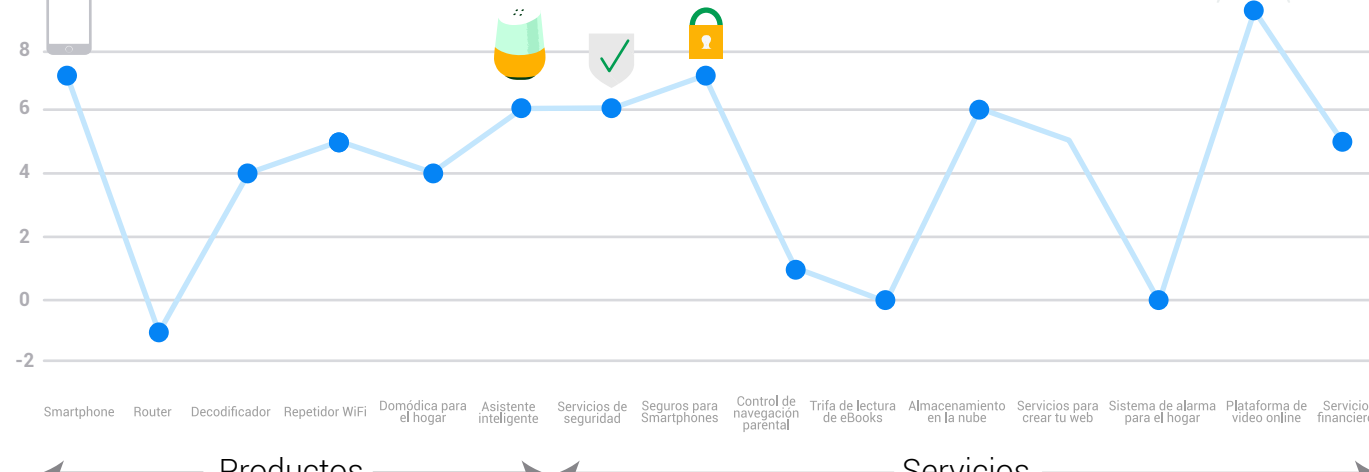
Ha contactado alguna vez con su compañía

Canal de contacto con operador utilizado



POTENCIAL CON OTROS SERVICIOS

El potencial para desarrollar al cliente digital* es más elevado, tanto en producto como en servicios especialmente en la compra de terminales y en la contratación de plataformas de video online.



* (Consideramos digital a aquel cliente que ha contratado por e-commerce).

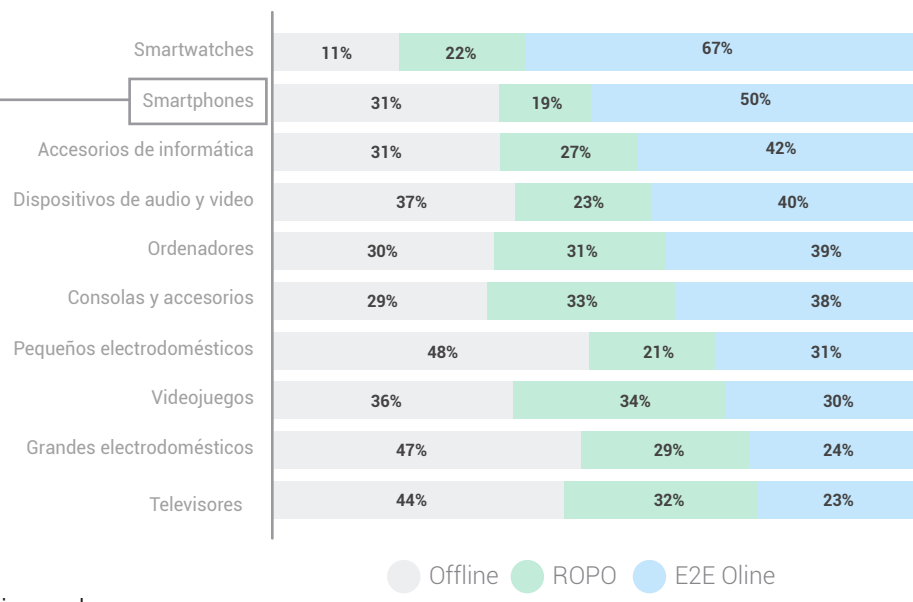
ZOOM POTENCIAL DE SMARTPHONES

30% han crecido en 5 años las búsquedas de terminales y su compra se ha digitalizado significativamente.

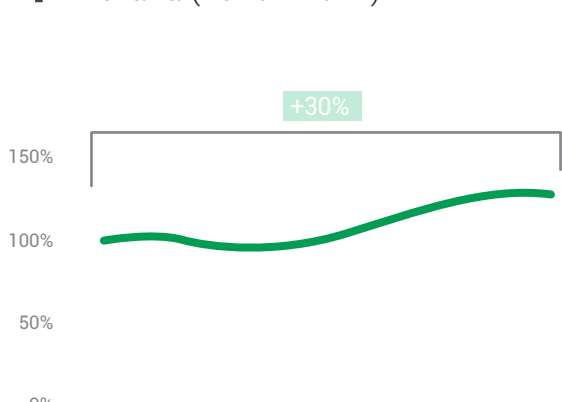
Canales utilizados para la búsqueda y la compra en electrónica de consumo

- El e-commerce se ha duplicado en los últimos 4 años

- **60%** de los compradores de smartphones pasaron por Google para informarse

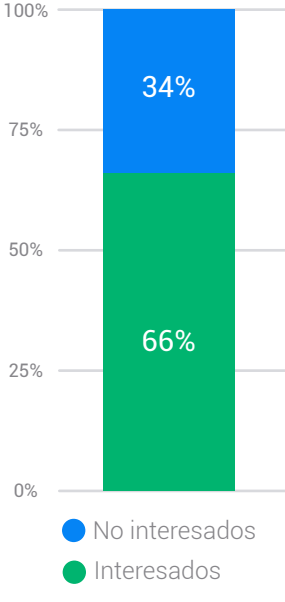


Evolución de volumen de términos de búsqueda de smartphones en España Indexada (2013 - 2017)

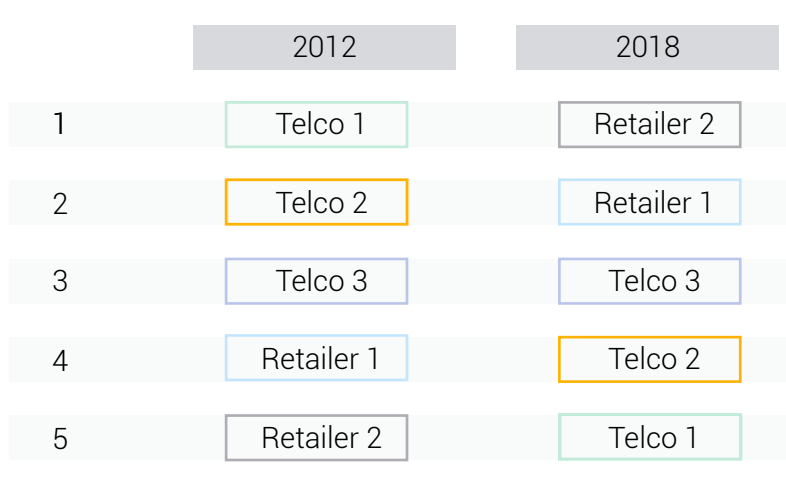


Los retailers continúan capitalizando la oportunidad, **liderando en cuota de búsquedas y ventas** frente a las telcos aunque los usuarios demuestran un alto interés por la compra de terminales financiada con su proveedor telco.

Interés por la financiación de terminales con un operador



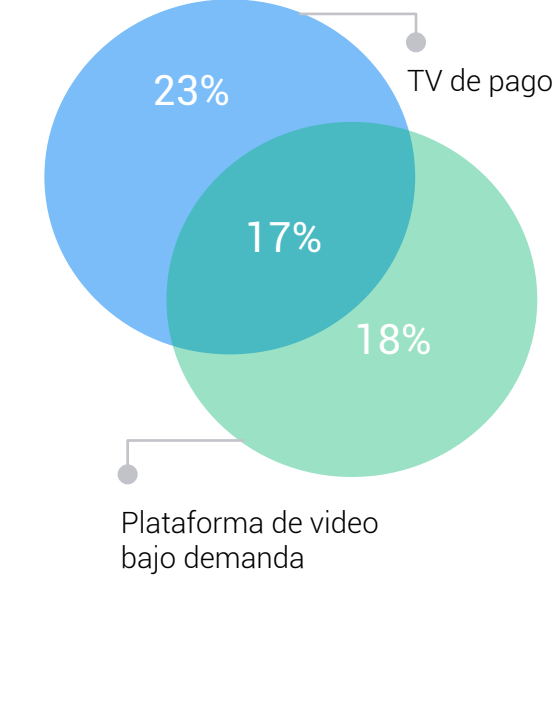
Top marcas de distribuciones asociados a búsquedas de smartphones en sesiones de navegación de Google



ZOOM POTENCIAL DE TELEVISIÓN Y PLATAFORMAS DE VIDEO ONLINE

La televisión, uno de los drivers fundamentales en la venta a cliente todavía presenta espacio de crecimiento relevante.

Contratación de televisión de pago y plataformas de video bajo demanda



Más de la mitad de los usuarios de servicios de telecomunicaciones tiene **contratado algún servicio de contenido audiovisual** (ya sea TV de pago o plataforma de video online)

Las series continúan como el gran motor de la Televisión en términos de contratación

