

Совместный проект Mobile Research Group и сайта
Mobile-Review.com

**Лучшая розничная сеть мобильных телефонов,
интернет-магазин России в 2006 году**



26 декабря 2006 года

Москва

<http://www.mobile-review.com>

<http://www.mobile-analytics.com>

Цель проекта

Определение лучшей розничной сети, интернет магазина по ряду параметров, таких как известность торговой марки, качество обслуживания, лояльность покупателей и ряду других. Исследование включает в себя опрос на сайте Mobile-Review.com, который проводился в течение 25 дней в декабре 2006 года, а также экспертные интервью. При проведении исследования использовались технологии онлайн мониторинга от Mobile Research Group, которые позволяют избежать целенаправленного изменения результатов со стороны недобросовестных респондентов, что повышает точность итоговых результатов. Экспертные интервью применялись для проверки результатов онлайн опроса и их корреляции с действительной рыночной ситуацией. Эта методика позволила избежать влияния аудитории ресурса mobile-review.com и ее предпочтений. Результаты исследования с полным правом можно отнести на весь российский рынок мобильной розницы, интернет торговли.

Количество анкет

В течение 25 дней было получено 3127 анкет, из которых обработано 3021. Разница объясняется тем, что 106 анкет были заполнены с нарушениями, помарками (для экспертных интервью), либо данные в этих анкетах определены системой онлайн опросов от Mobile Research Group, как фальсифицированные в пользу одной из сетей, магазинов.

Адрес анкеты - <http://www.mobile-review.com/anket3.php>

Об участниках проекта

Сайт Mobile-Review.com является крупнейшим мировым ресурсом, посвященным мобильным телефонам и технологиям. Дневная аудитория ресурса составляет 200-220 тысяч человек (до миллиона просмотров страниц), а трафик около 40-45 Гб в день. Российская аудитория проекта около 25 процентов от общего числа всех посетителей, что дает в сумме не менее 50000 человек ежедневно. Цитируемость материалов Mobile-Review.com одна из высочайших в отрасли, сегодня сайт формирует представления широкой аудитории о мобильных телефонах.



Mobile Research Group – первая российская компания исследующая рынок мобильных терминалов, имеющая не только российских заказчиков, но и мировые контракты. На данный момент компания единственная на российском рынке осуществляет полный комплекс исследований, от розничных проектов (Mystery Shopping, компетентность консультантов, активность сетей бенчмарки сетей) до анализа оптовых поставок терминалов и последующих розничных продаж. Важным аспектом работы является консалтинг производителей мобильных терминалов, инвестиционных банков, а также сетей дистрибуции. В 2006 году в компании начали развивать направление тренингов для розничных сетей.



Содержание:

Цель проекта	2
Количество анкет.....	2
Об участниках проекта.....	2
Результаты исследования.....	4
Подробные результаты анкет в обработанном виде	8
Выберите из списка названия компаний, которые вы знаете	9
Как часто вы посещаете салоны связи?.....	10
В какой розничной сети вы покупали ваш последний телефон?.....	10
Розничная сеть, которая вызывает у вас исключительно негативные эмоции из-за вашего опыта покупки товара в ней?	11
Оценка компетентности консультантов салонов	12
Оценка вежливости консультантов салонов.....	20
Оценка оформления салонов.....	28
Лояльность к розничной сети в которой покупали телефон.....	36
Уровень цен по оценке покупателей в салонах.....	44
Вы купили какие-либо аксессуары вместе с вашим телефоном?.....	52
Вы планируете покупку каких-либо товаров в этой сети не связанных с мобильными телефонами?.....	60
Вы покупали когда-нибудь телефон через Интернет?.....	68
Если вы покупали телефон в Интернет, то укажите наилучший магазин по вашему мнению?.....	68
Вы планируете совершить следующую покупку в Интернет или в обычном магазине?	69
Розничная сеть, которая вызывает у вас исключительно негативные эмоции из-за вашего опыта покупки товара в ней?	69
Ваши пожелания по улучшению сервиса для розничных игроков	70

Результаты исследования

Исследование представляет весь российский рынок, так мы наблюдаем 13 крупнейших городов-миллионеров, а также другие населенные пункты, что позволяет говорить о репрезентативности выборки. Максимальной известностью обладают такие розничные сети как Евросеть, Связной, что объясняется их широким распространением, большим числом салонов. Формально можно разделить всех игроков на три группы:

- Евросеть, Связной
- Диксис, Эльдorado, ИОН, Беталинк, Цифроград, Мвидео, Техносила
- Телефорум, Телефон.ру, Ульра, Дивизион, Альт Телеком

При этом лидером по продажам (последняя покупка) является Связной, с небольшим отрывом следует Евросеть. Эти данные логичны, так как здесь играет роль только лишь число салонов. Интересны данные о том, что покупатели посещают салоны крайне часто, 27.5 опрошенных бывают в них почти каждый день, а 25.3 процента от одного до двух раз в неделю. Крайне высокие показатели, которые объясняются тем, что салоны сотовой связи стали магазинами шаговой доступности. Покупатели приходят в них не только и не столько за телефонами, аксессуарами, но и другими товарами, например, батарейками, оплатой различных услуг (не только телефонных счетов).

Активность покупателей в интернет в 2006 году была относительно невысокой, чуть больше половины опрошенных имели опыт покупки телефона через сеть. В то же время до 65 процентов планирует покупку следующего аппарата в обычном салоне связи, так как желают ознакомиться с продуктом до его покупки. Высокой популярностью продажи через интернет пользуются в Москве и Санкт-Петербурге, в других городах они не так широко распространены. При этом Москва и Санкт-Петербург в объемах продаж сотовых телефонов через интернет сравнимы, хотя розничные продажи северной столицы традиционно ниже Москвы. Это объясняет высокий процент интернет магазинов из Санкт-Петербурга, активность их покупателей.

Негативные эмоции. Интересно было узнать какая из сетей вызывает негативные эмоции у покупателей, тут не требовалось объяснения причин, только оценка. Явным лидером стала компания Евросеть (почти 60 процентов опрошенных, затем с большим отрывом Эльдorado (13.64 процента), Связной (7.85 процента). Если проводить корреляцию между размером, величиной сети и результатами этого опроса, то показатели Связного окажутся не столь негативными, хотя и заметными.

Компетентность консультантов. Важнейший параметр, так как от компетентности консультанта зачастую зависит будет ли в дальнейшем покупатель доволен покупкой, станет ли обращаться повторно в этот салон. Учитывая постоянную смену кадров в салонах связи нельзя было ожидать высокой оценки по этому параметру со стороны опрошиваемых. В то же время явными лидерами стали такие сети как Беталинк, ИОН, Связной. В качестве наихудших названы Эльдorado, МВидео.

Вежливость консультантов. Этот параметр интересен в связке с компетентностью продавцов, результаты были получены очень любопытные. Так, самые вежливые продавцы в сети Дивизион, затем следует Беталинк, на третьем месте ИОН. Негативные эмоции вызывают консультанты в Эльдorado, Альт Телекоме.

Качество оформления салонов. Оценки пользователей были высоки для большинства сетей, при этом явным лидером выглядела сеть «ИОН» - 4.69 балла, Связной и Беталинк набрали по 4.42 балла каждый, третьей компанией стал Телефон.ру – 4.37 балла. Аутсайдром выступает розничная сеть Альт Телеком – 3.68 балла, а также сети салонов связи Эльдорадо – 3.8 балла.

Лояльность к розничной сети. Российские потребители лояльны к розничным сетям не вследствие их торговых марок, а скорее из-за расположения салонов около их дома, в редких случаях отдельных игроков из-за качества сервиса, обслуживания, наличия квалифицированной помощи по определенной категории товаров. Тройка лидеров по безусловной лояльности (покупка в том же салоне) является компания ИОН, затем следует Беталинк, Телефон.ру. Минимальной лояльностью обладают покупатели Альт Телекома, МВидео, Эльдорадо. То есть сетей, которые позиционируют себя или являются дискаунтерами.

Уровень цен. Восприятие уровня цен в розничных сетях является интересным фактором. Так, для компании Евросеть оценка опрошенных цен как высоких или выше среднего совокупно составила 33 процента, для Dixis 33 процента, а вот для ИОН 59 процентов. Высоким уровнем цен характеризуют сети бытовой электроники, например, МВидео. Минимальными ценами опрошенные считают таковые в Дивизионе (18 процентов), Ультре (15 процентов), Беталинке (13 процентов). В оценках цен на уровне средних или более низких лидирует компания Telephone.ru (82%), Альт Телеком (74%), Связной (72%), Эльдорадо (87%). Именно этот ценовой сегмент мы признали значимым для потребителей и оценку проводили для данного параметра по нему.

Покупка аксессуаров. Высокий уровень продаж аксессуаров при продаже телефона говорит всегда о хорошей технике продаж, когда продавец способен продать одному человеку максимальное число товара. В то же время покупка аксессуаров в другой сети всегда говорит об обратном (также возможно отсутствие широкого ассортимента аксессуаров). Мы решили взять разницу этих двух параметров для оценки умений продавцов. Соответственно, из числа ответивших положительно о покупке аксессуаров с телефоном мы вычли число тех, кто приобрел аксессуары в другой сети. Лидером стала компания Беталинк - 46 процентов (число купивших аксессуары 53 процента), ИОН 38%(45%), а также Связной – 43% (36%). Для сравнения этот показатель в Евросети составляет 34 процента, что достаточно высоко. Наихудший показатель у Эльдорадо – 3 процента.

Смежные товарные группы. Учитывая, что салоны сотовой связи это магазины шаговой доступности нам было интересно, кто из игроков использует данное преимущество и активно предлагает другие товарные группы. Очевидно, что сети бытовой электроники по этому параметру должны были выглядеть превосходно, действительно, так и получилось. Так, в МВидео 75 процентов опрошенных видят другие интересные для себя товары, в Эльдорадо до 60 процентов. В традиционных сетях ориентированных на продажу мобильных телефонов хорошую позицию занимает ИОН – 54%, Ультра – 50%, а также Телефон.ру – 42%. Покупка mp3 плеера возможна в следующих сетях, - Беталинк 20%, Телефонум 18%, Цифроград 17%. Для цифровых фотоаппаратов ответы распределились так, - Телефонум 44%, Евросеть 28%, Беталинк 25%.

Результат интересен тем, что наглядно демонстрирует рост продаж непрофильных для салонов сотовой связи товаров.

В качестве свободного вопроса мы предложили высказать свои пожелания к работе салонов связи опрашиваемых, приведем основные направления ответов для всех игроков:

<http://www.mobile-review.com>

<http://www.mobile-analytics.com>

- **Повышение уровня компетентности консультантов** (по мнению покупателей, консультанты плохо знают функции телефонов и других устройств которые продают, особенно это касается аксессуаров, например Bluetooth гарнитур, часто не могут ответить на вопросы посетителей. Например не знают как открывается слот для карты памяти, как работает та или иная функция и т.д.)
- **Знакомить консультантов с новыми моделями** (проводить для консультантов обучение по новым моделям, что бы они могли объяснить и показать как что работает)
- **Консультанты должны знать ассортимент товара имеющегося в наличии в салоне** (покупатели отмечают, что консультанты навсегда знают, что собственно есть в наличии, плохо ориентируются на полках)
- **Повышения уровня обслуживания** (консультанты впадают в крайности, либо вообще не обращают внимание на покупателей, либо бывают слишком навязчивы. Зачастую консультанты бывают невежливы с покупателями)
- **Заметная текучка кадров, как следствие низкий профессионализм консультантов**
- **Отказаться от политики «впаривания» нужных брендов и моделей** (это в большинстве случаев заметно и вызывает негативное впечатление у покупателей)
- **Больше объективности** (консультанты не всегда обращают внимание на пожелания покупателя и предлагают им не тот аппарат, который соответствует запросам покупателя, а тот который надо продать)
- **Информация на ценниках, где обычно указываются основные характеристики модели, должна быть четкой и понятной** (покупатели отмечают, что информация на ценниках часто бывает не понятной или ошибочной, указываются несуществующие функции и т.д.)
- **Побольше акций с подарками покупателям**
- **Увеличить ассортимент**

Итоговая оценка компаний проводилась на основании анализа всех параметров, а не только отдельных из них. Так, вес такого параметра как смежные товарные группы был принят нами как минимальный, а все другие параметры оценивались с тем же весовым коэффициентом. Негативное восприятие компании влияло на итоговую оценку (вычитали баллы). В результате мы выделили четыре сети, которые обеспечивают наивысшее качество обслуживания в России сегодня, это Беталинк, ИОН, Связной, Телефон.Ру.

Отталкиваясь от числа баллов, распределение выглядит следующим образом:

1. ИОН 22 балла
2. Беталинк/Телефон.ру 12 баллов каждый
3. Связной 10 баллов (штраф за негативные оценки)

Учитывая различное число салонов в каждой из сетей и различное географическое положение, например, ИОН представлен по сути только в Москве, мы ввели поправку на величину сети. Число салонов связи в собственности каждой компании:

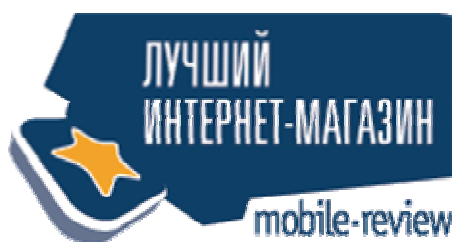
- ИОН – 50, Москва
- Связной – 1161, Россия
- Беталинк – 630, Россия
- Телефон.ру – 300, Россия

Итоговый результат, стал в какой-то мере неожиданным для нас, с небольшим отрывом от розничной сети Беталинк лидирует Связной. Данная сеть в 2006 году становится «Лучшей розничной сетью России. Версия Mobile-Review.com».



Список лучших розничных сетей 2006 года состоит из, - Связной, Беталинк, Телефон.ру, ИОН.

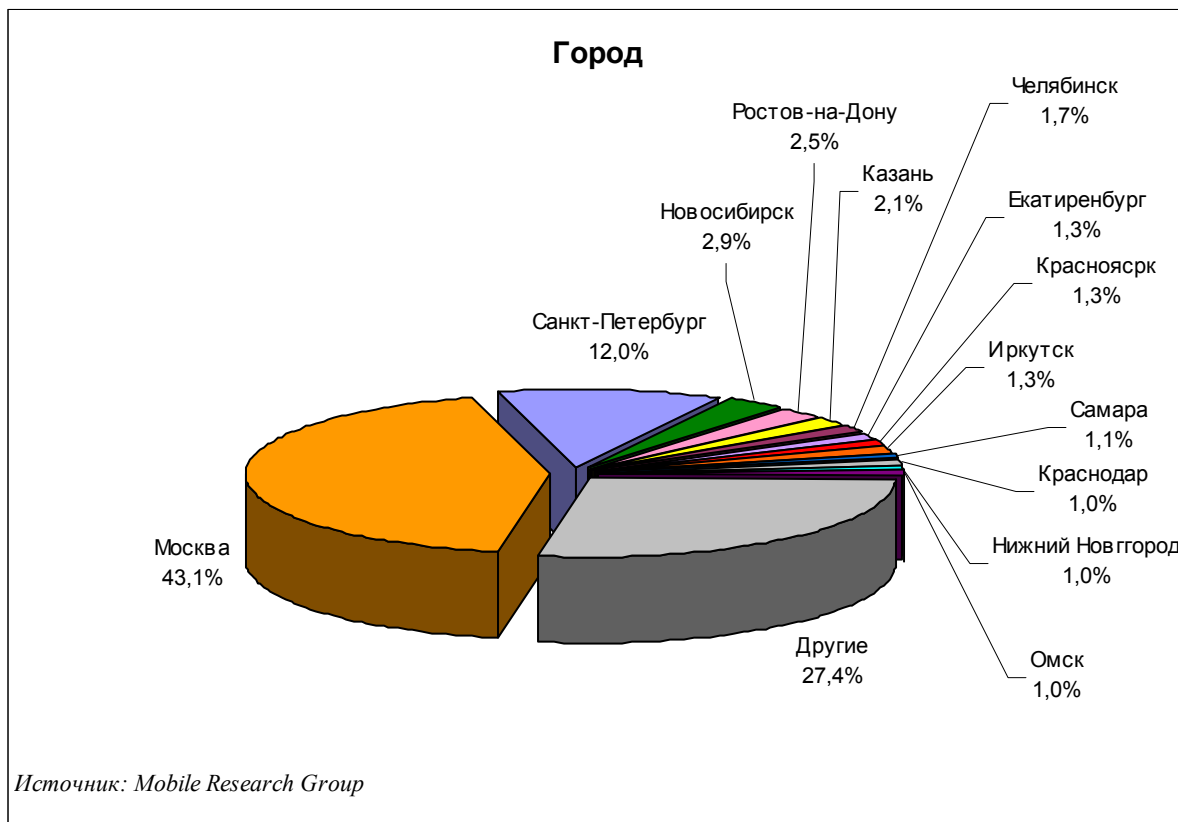
Оценка интернет-магазина не носила композитного характера, пользователи либо выбирали магазин из списка, либо вписывали его адрес. Данные, которые были получены, удивительным образом отличаются от стереотипов сложившихся на рынке, а также объема бизнеса различных игроков. Мы предполагали, что Telephone.ru будет одним из лидеров, но компания не вошла даже в пятерку. Высокий уровень активности пользователей в Санкт-Петербурге типичен. Нам остается только констатировать, что выбором опрошенных стал магазин **Ультра**, он лидирует с большим отрывом от ближайших конкурентов и становится лучшим интернет-магазином мобильных телефонов России в 2006 году.



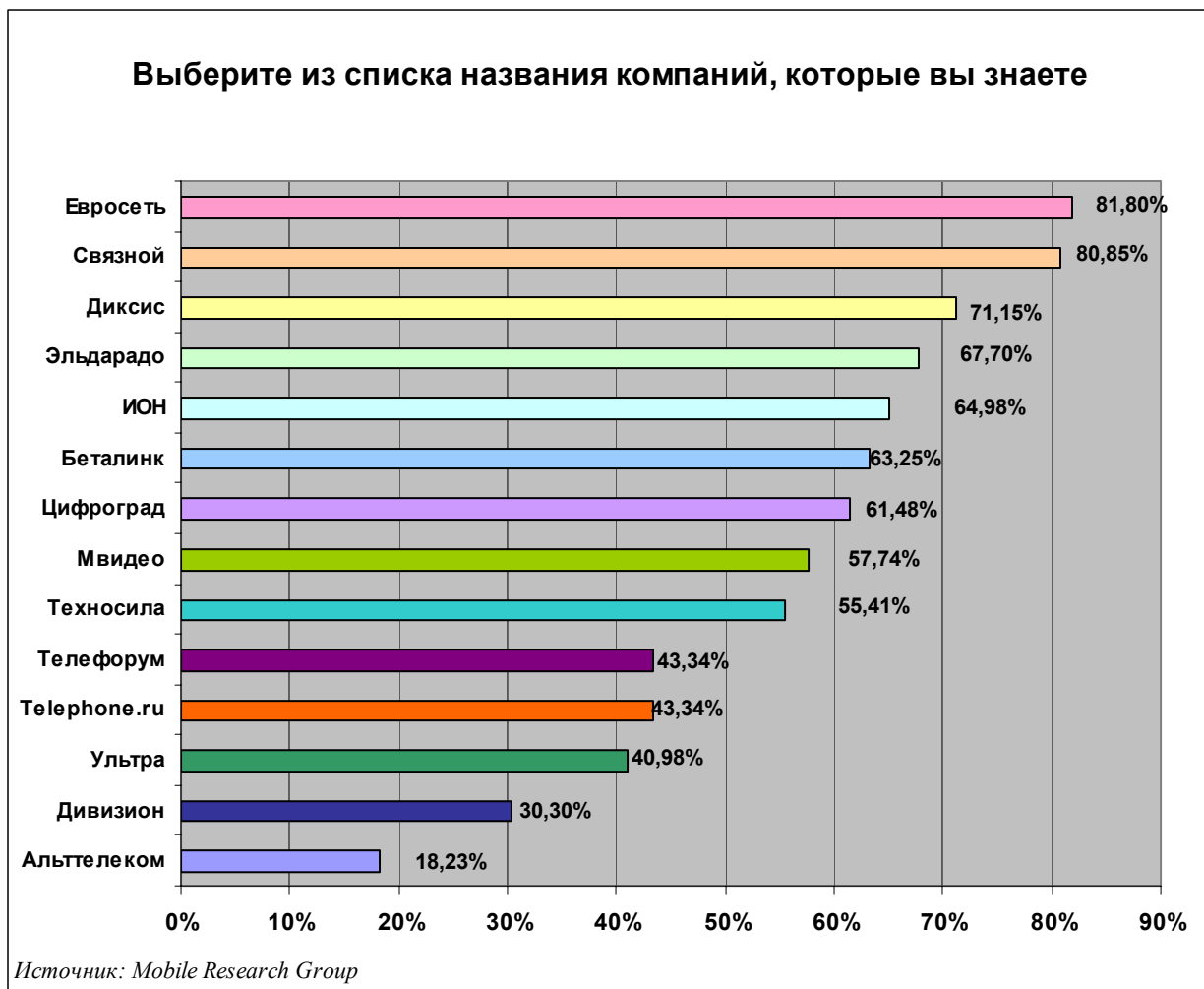
Подробные результаты анкет в обработанном виде

Все результаты представлены в обработанном виде, в заголовке указан вопрос, в диаграмме ответы на него.

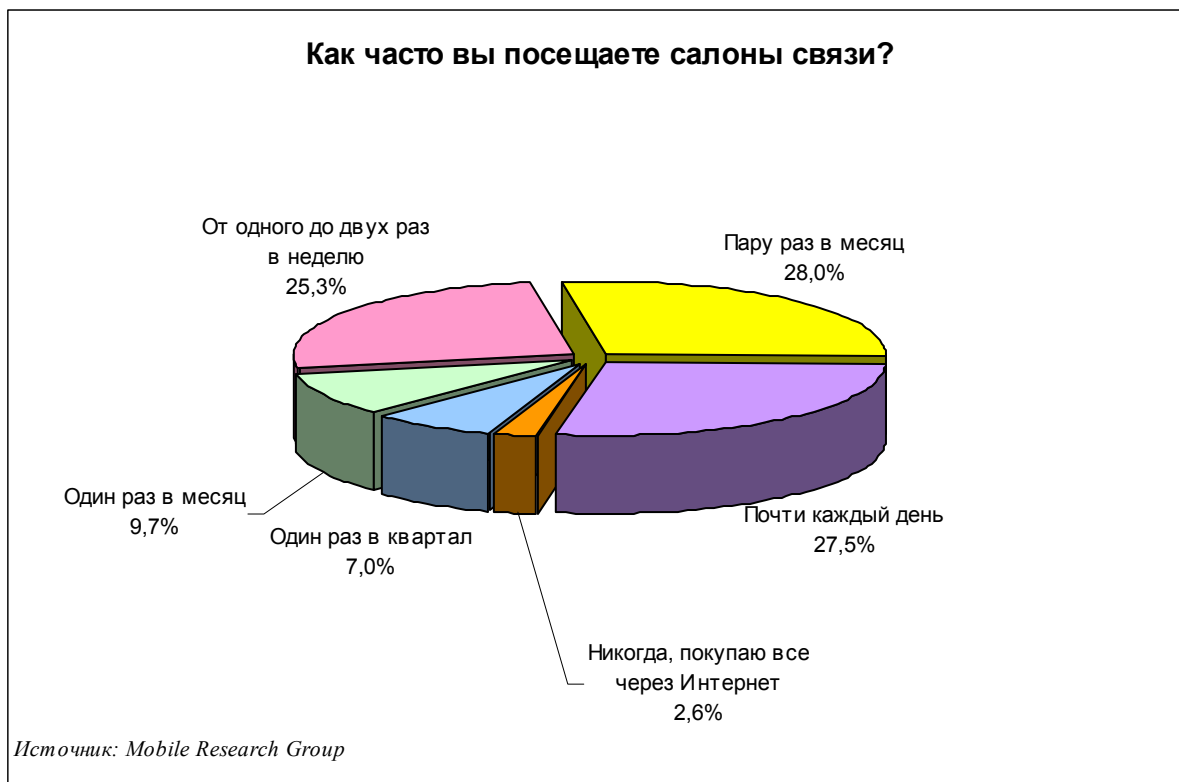
Город



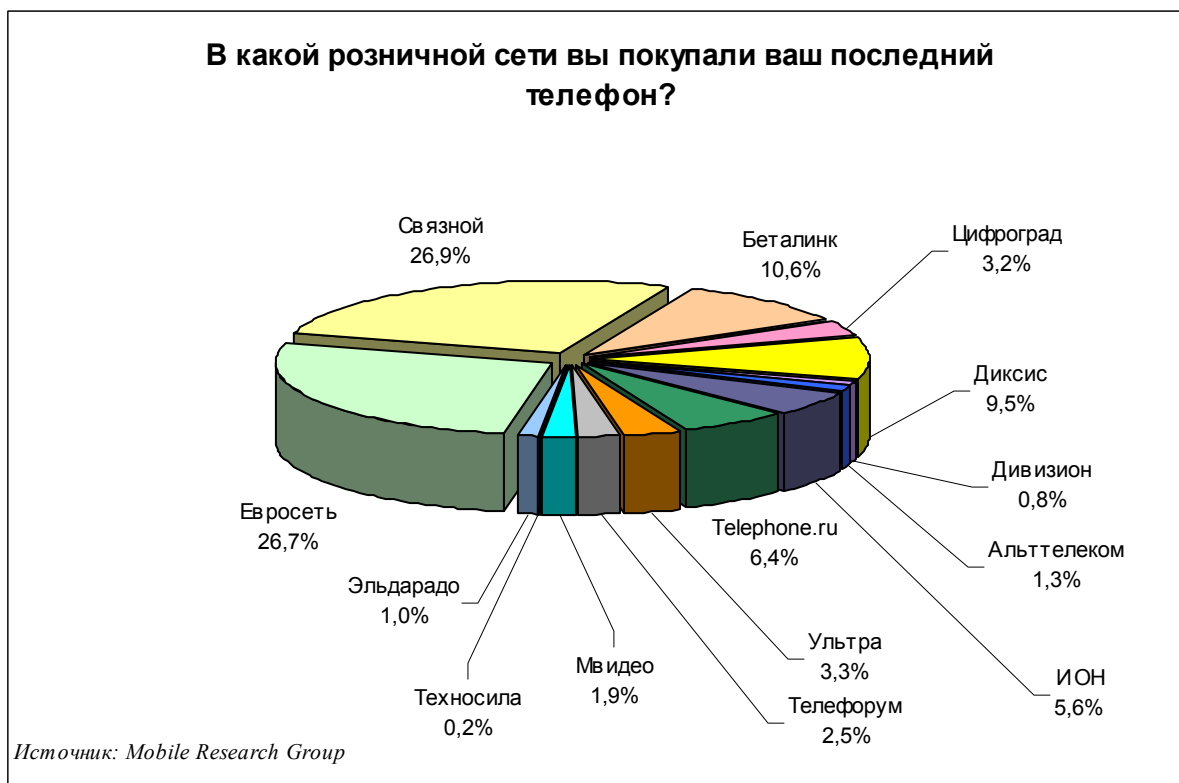
Выберите из списка названия компаний, которые вы знаете



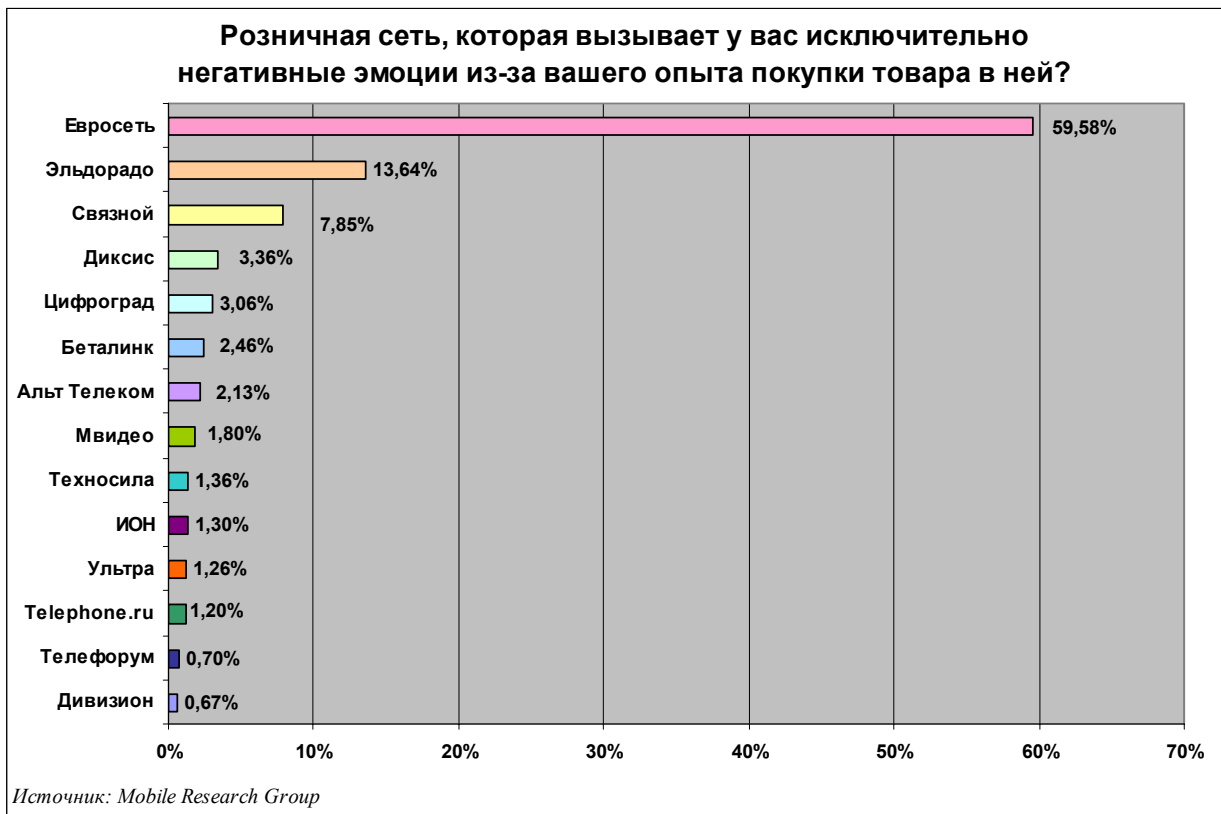
Как часто вы посещаете салоны связи?



В какой розничной сети вы покупали ваш последний телефон?

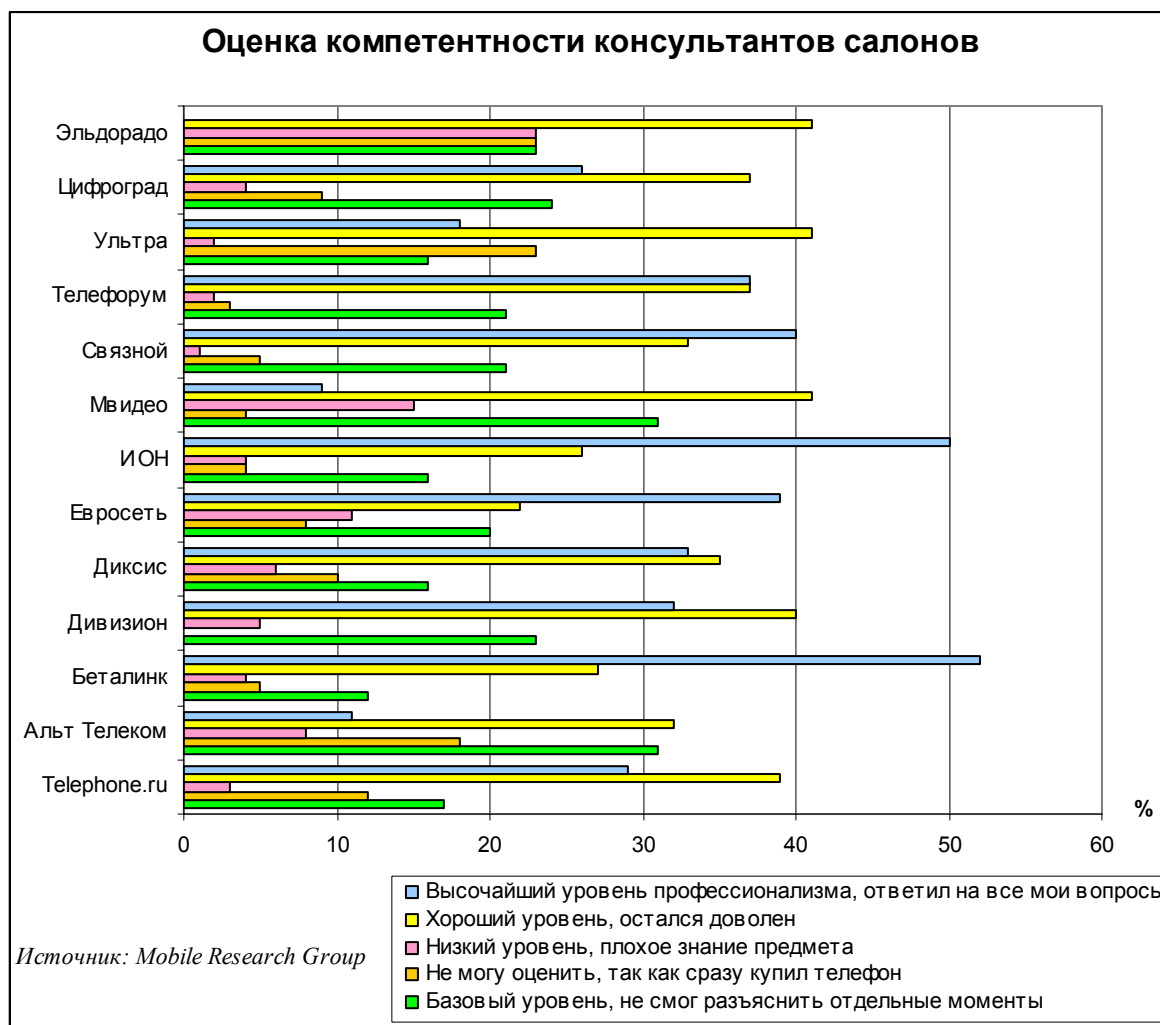


Розничная сеть, которая вызывает у вас исключительно негативные эмоции из-за вашего опыта покупки товара в ней?

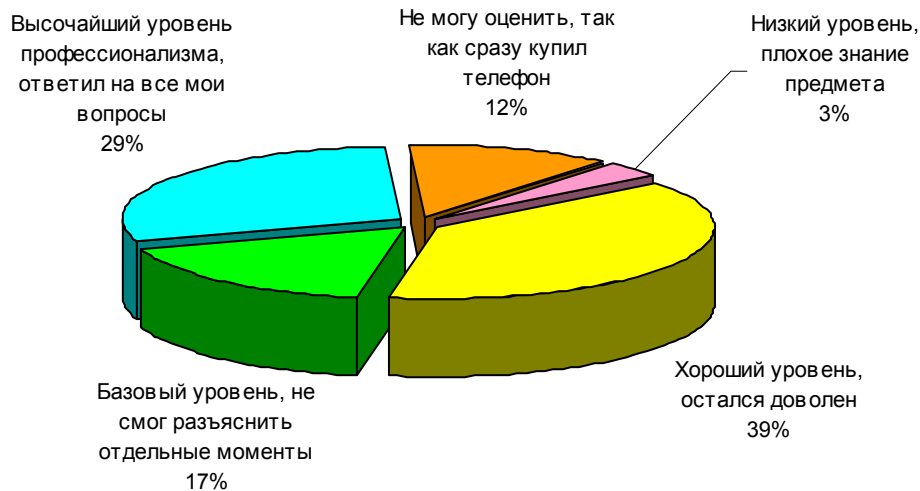


Оценка компетентности консультантов салонов

Оценка компетентности консультантов салонов					
	Базовый уровень, не смог разьяснить отдельные моменты	Не могу оценить, так как сразу купил телефон	Низкий уровень, плохое знание предмета	Хороший уровень, остался доволен	Высочайший уровень профессионализма, ответил на все мои вопросы
	%				
Telephone.ru	17	12	3	39	29
Альт Телеком	31	18	8	32	11
Беталинк	12	5	4	27	52
Дивизион	23	-	5	40	32
Диксис	16	10	6	35	33
Евросеть	20	8	11	22	39
ИОН	16	4	4	26	50
Мвидео	31	4	15	41	9
Связной	21	5	1	33	40
Телефорум	21	3	2	37	37
Ультра	16	23	2	41	18
Цифроград	24	9	4	37	26
Эльдорадо	23	23	23	41	-

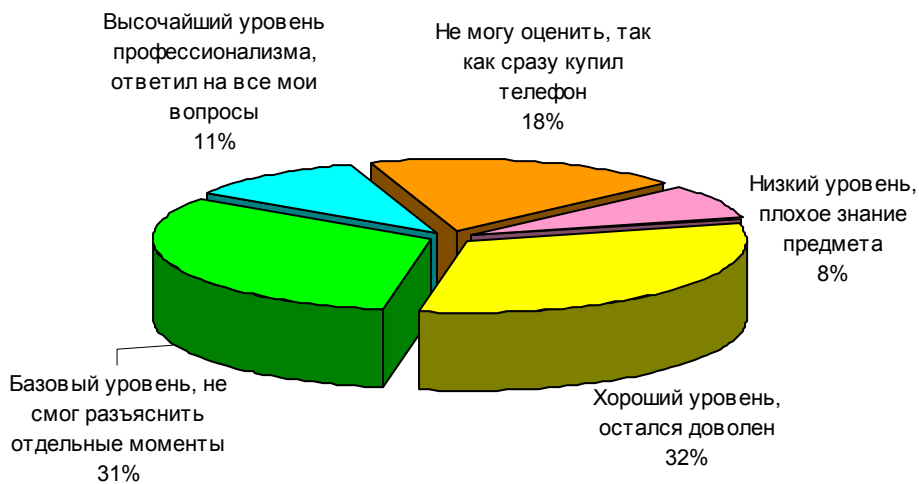


Оценка компетентности консультантов салонов Telephone.ru



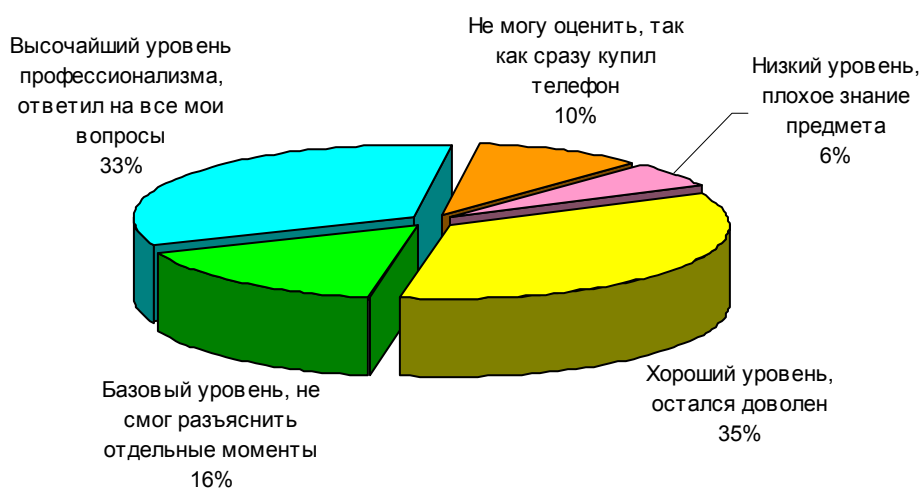
Источник: Mobile Research Group

Оценка компетентности консультантов салонов Альтелеком



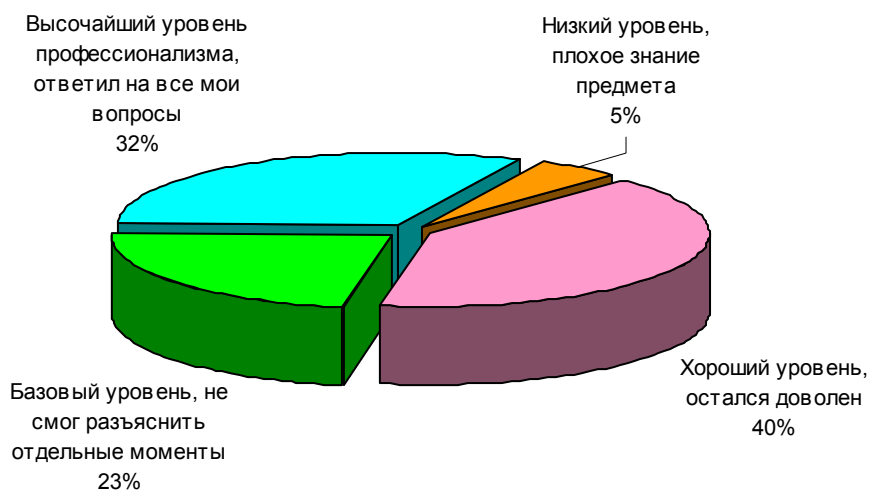
Источник: Mobile Research Group

Оценка компетентности консультантов салонов Диксис



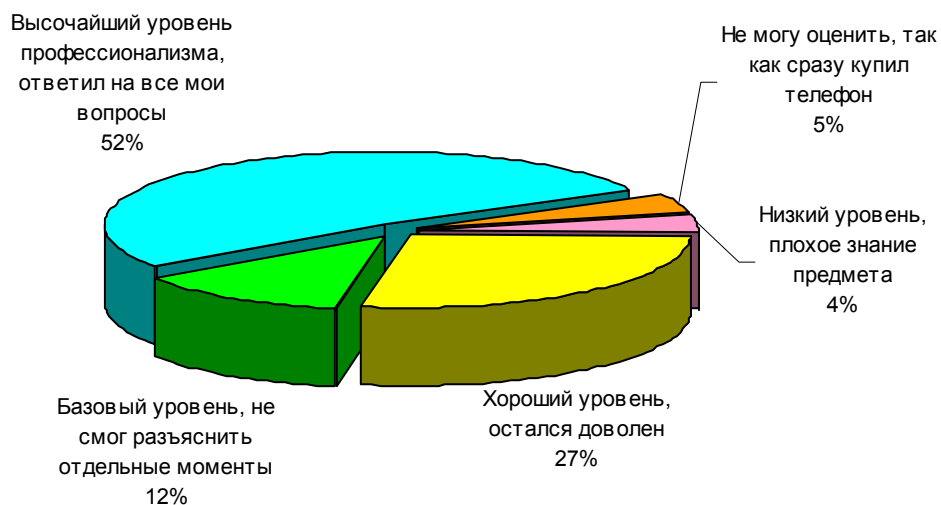
Источник: Mobile Research Group

Оценка компетентности консультантов салонов Дивизион



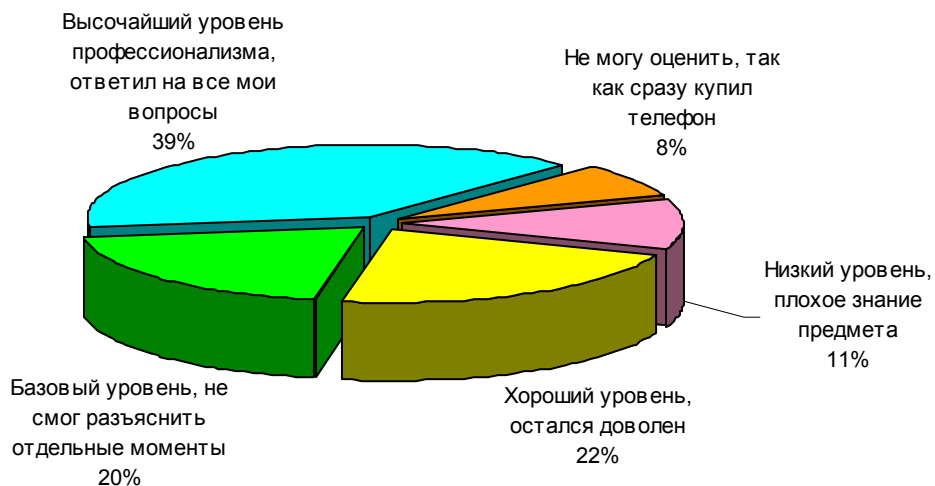
Источник: Mobile Research Group

Оценка компетентности консультантов салонов Беталинк



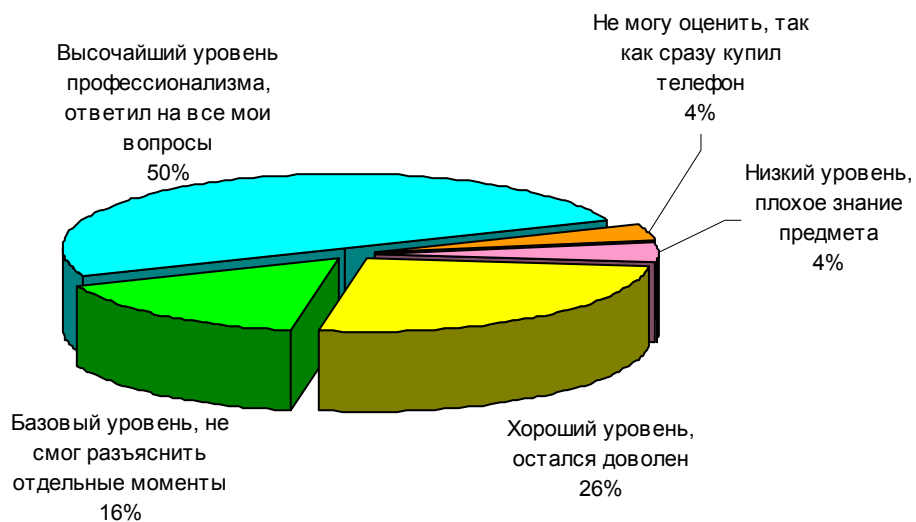
Источник: Mobile Research Group

Оценка компетентности консультантов салонов Евросеть



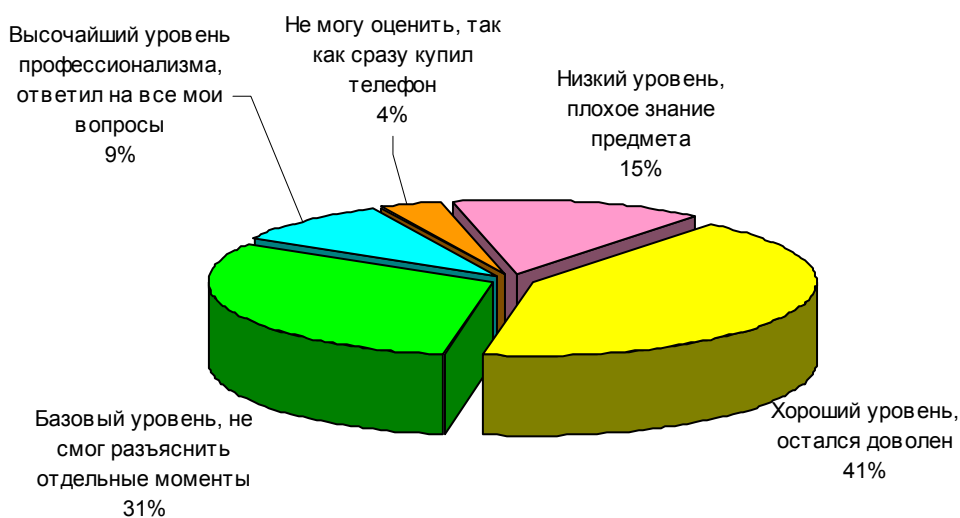
Источник: Mobile Research Group

Оценка компетентности консультантов салонов ИОН



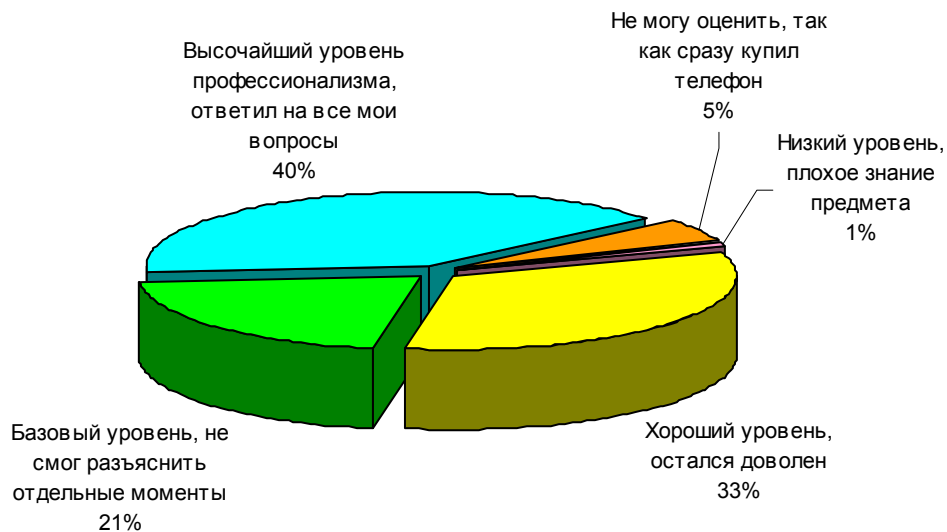
Источник: Mobile Research Group

Оценка компетентности консультантов салонов Мвидео



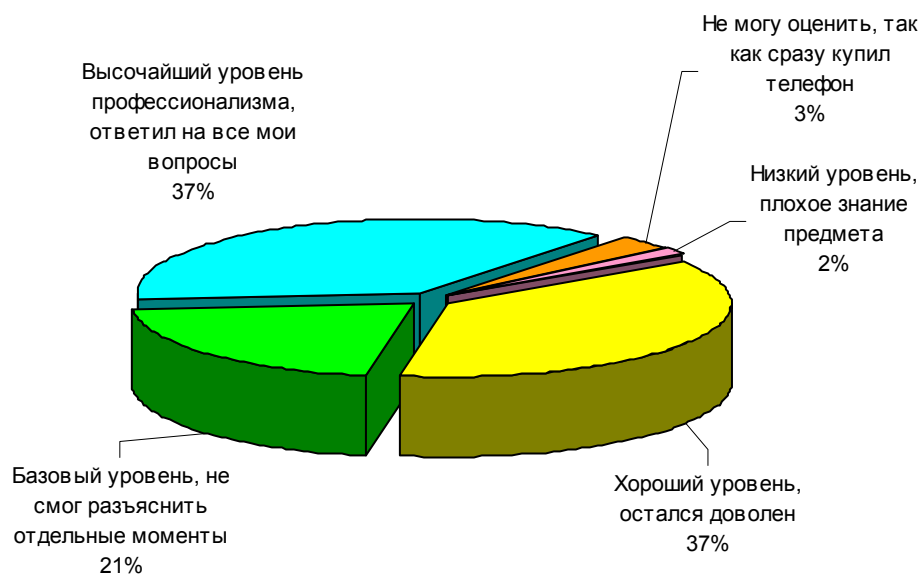
Источник: Mobile Research Group

Оценка компетентности консультантов салонов Связной



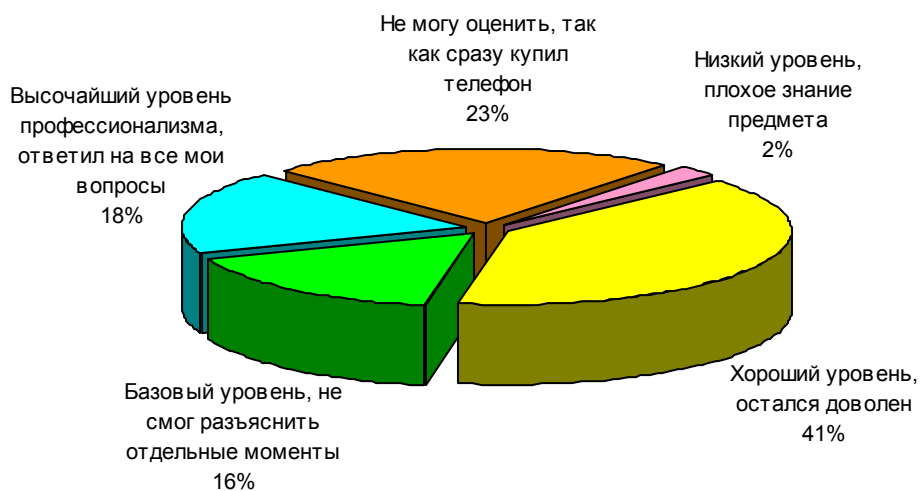
Источник: Mobile Research Group

Оценка компетентности консультантов салонов Teleforum



Источник: Mobile Research Group

Оценка компетентности консультантов салонов Ультра



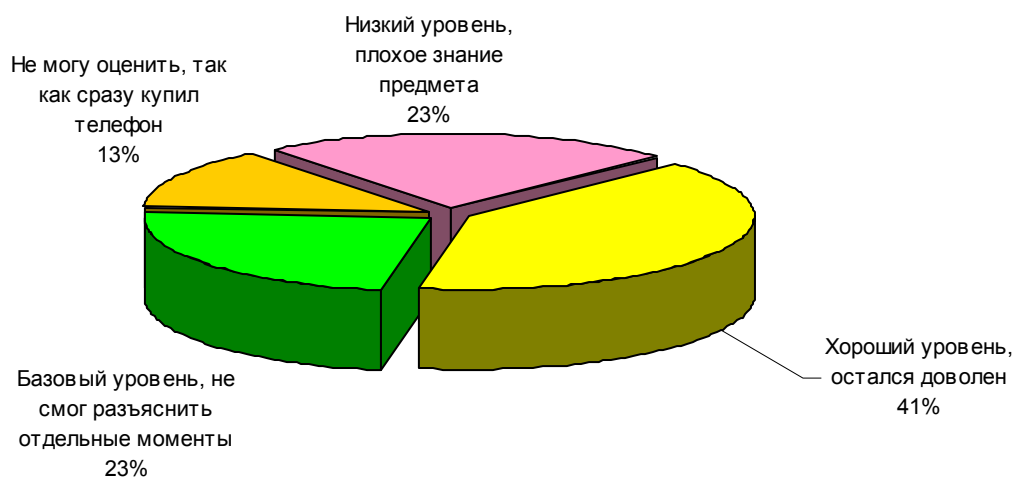
Источник: Mobile Research Group

Оценка компетентности консультантов салонов Цифроград



Источник: Mobile Research Group

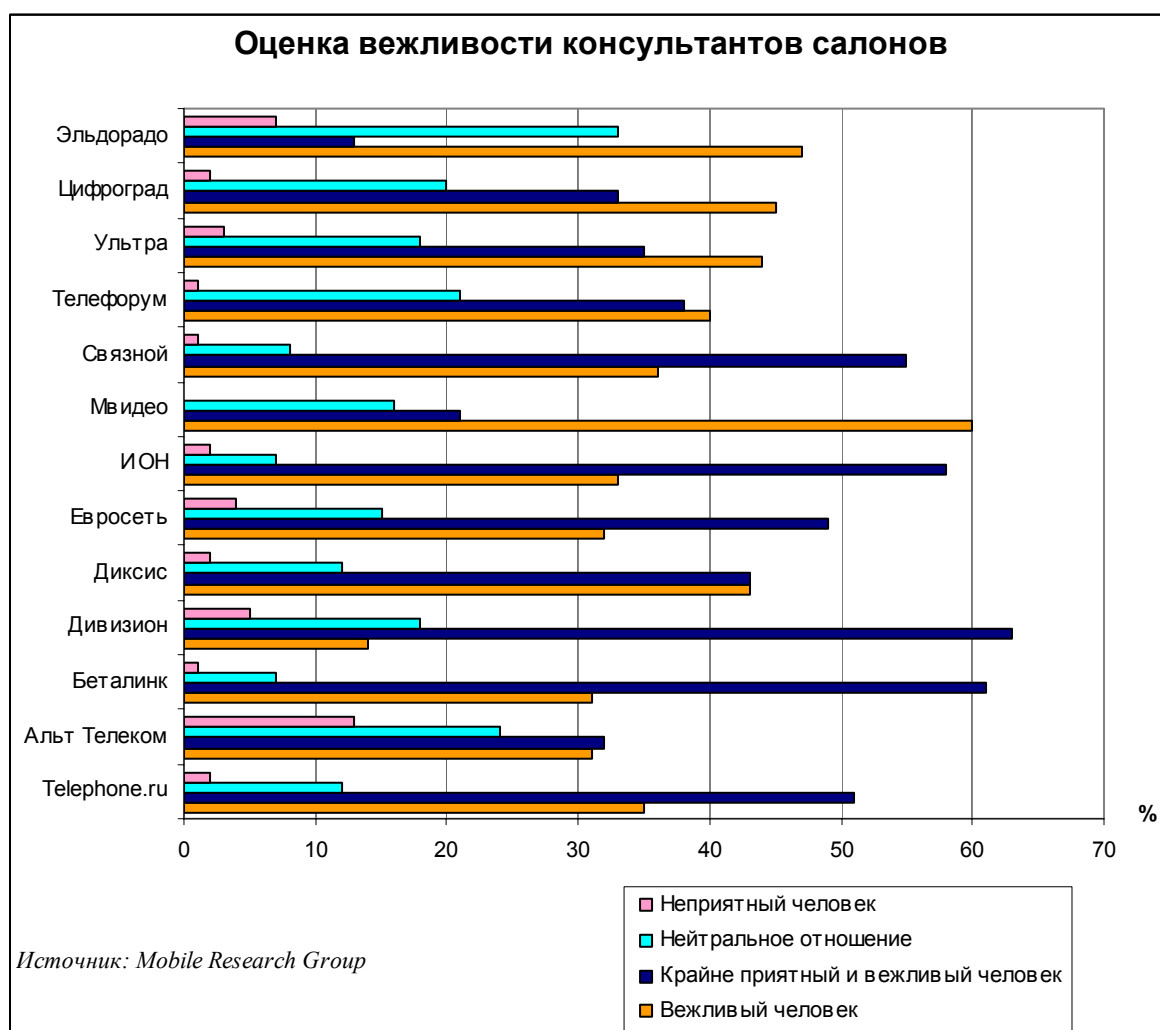
Оценка компетентности консультантов салонов Эльдорадо



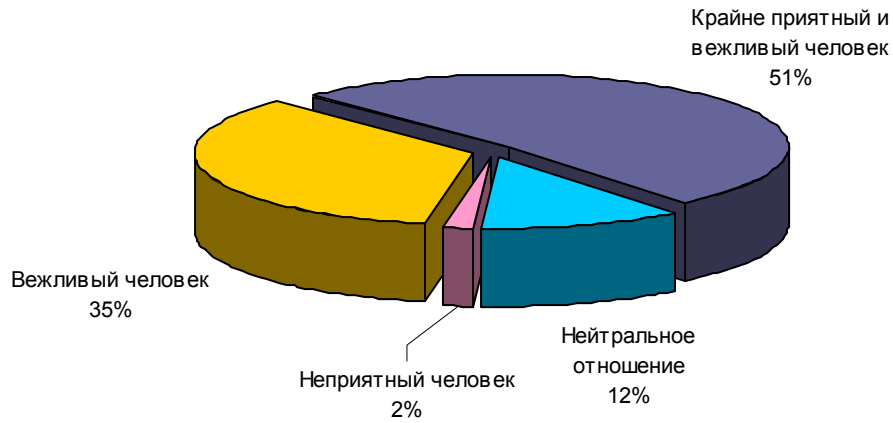
Источник: Mobile Research Group

Оценка вежливости консультантов салонов

Оценка вежливости консультантов салонов				
	Вежливый человек	Крайне приятный и вежливый человек	Нейтральное отношение	Неприятный человек
	%			
Telephone.ru	35	51	12	2
Альт Телеком	31	32	24	13
Беталинк	31	61	7	1
Дивизион	14	63	18	5
Диксис	43	43	12	2
Евросеть	32	49	15	4
ИОН	33	58	7	2
Мвидео	60	21	16	-
Связной	36	55	8	1
Телефорум	40	38	21	1
Ультра	44	35	18	3
Цифроград	45	33	20	2
Эльдорадо	47	13	33	7

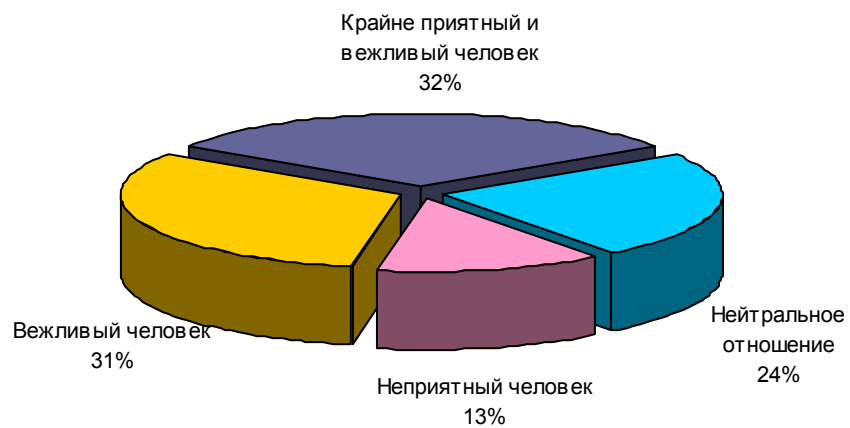


Оценка вежливости консультантов салонов Telephone.ru



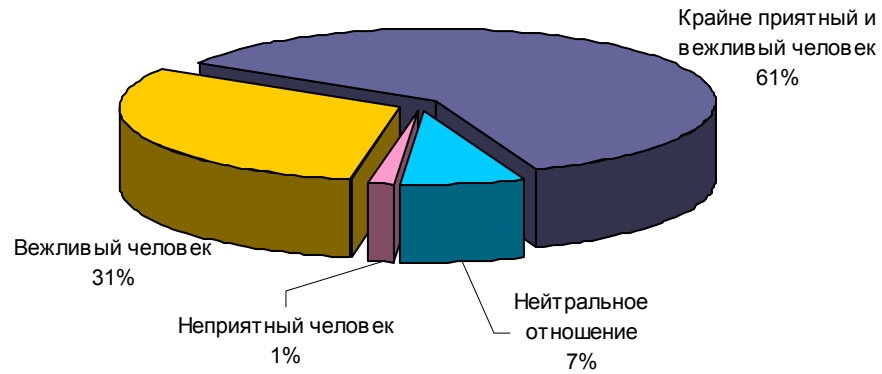
Источник: Mobile Research Group

Оценка вежливости консультантов салонов Альттелеком



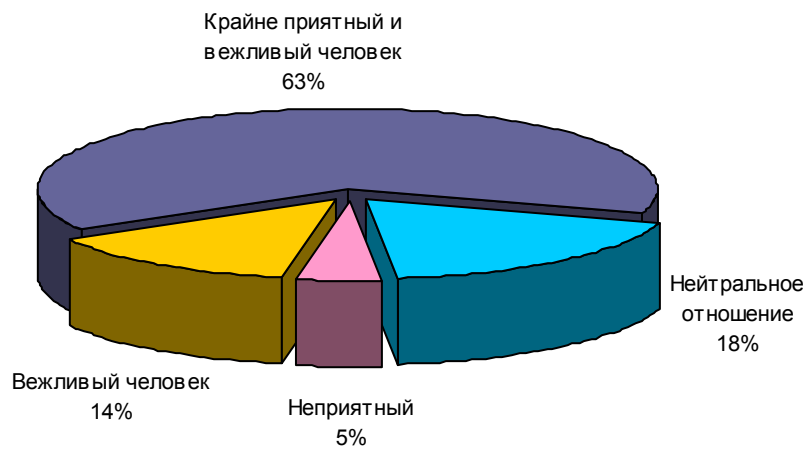
Источник: Mobile Research Group

Оценка вежливости консультантов салонов Беталинк



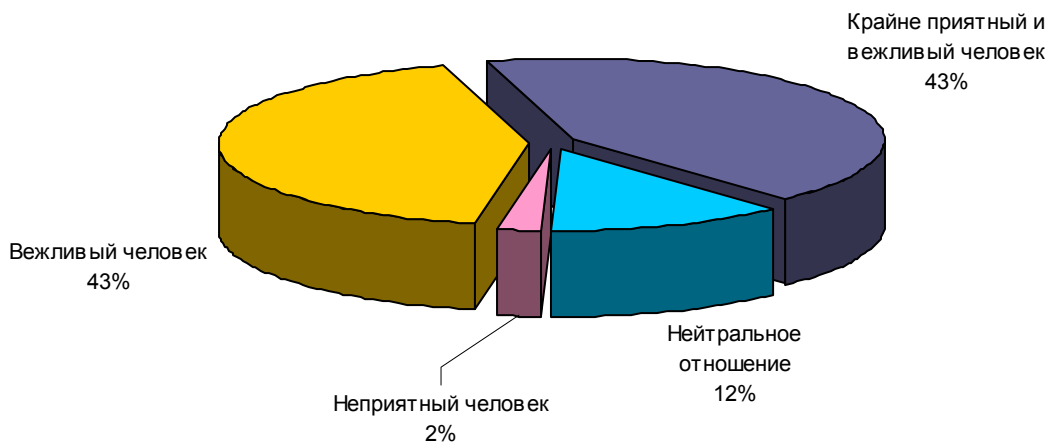
Источник: Mobile Research Group

Оценка вежливости консультантов салонов Дивизион



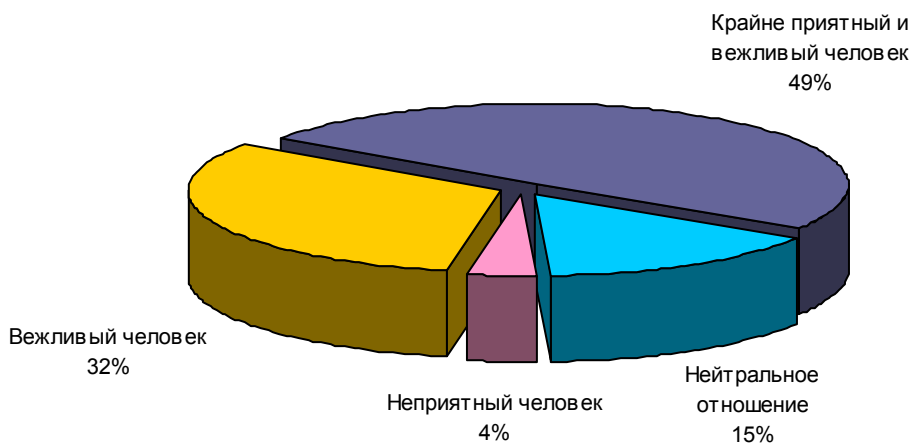
Источник: Mobile Research Group

Оценка вежливости консультантов салонов Диксис



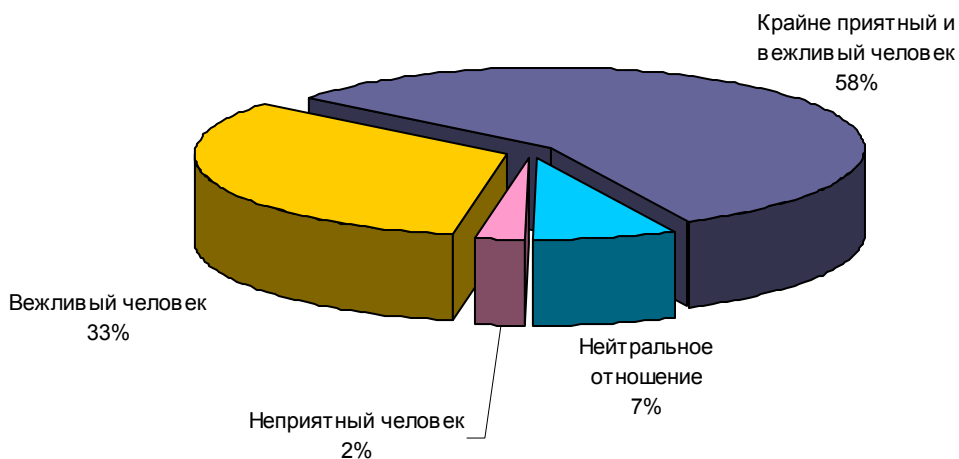
Источник: Mobile Research Group

Оценка вежливости консультантов салонов Евросеть



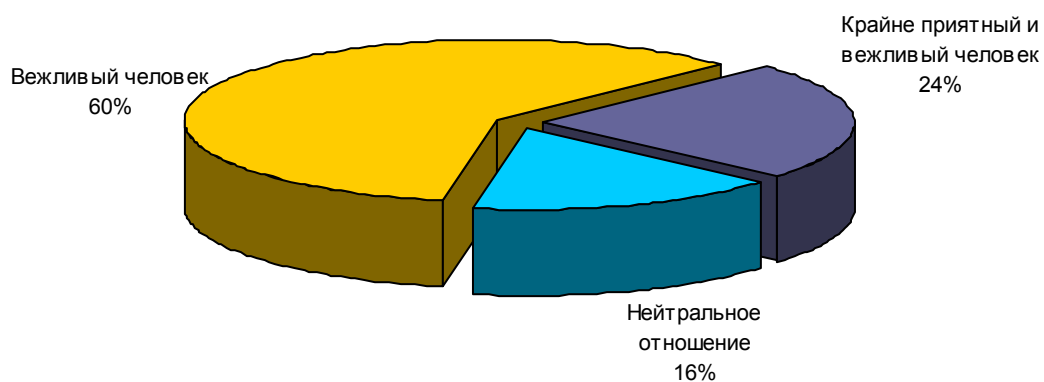
Источник: Mobile Research Group

Оценка вежливости консультантов салонов ИОН



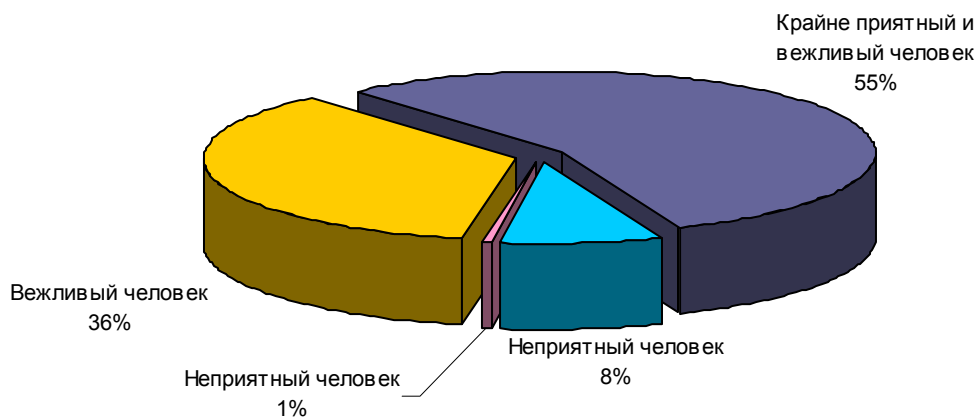
Источник: Mobile Research Group

Оценка вежливости консультантов салонов Мвидео



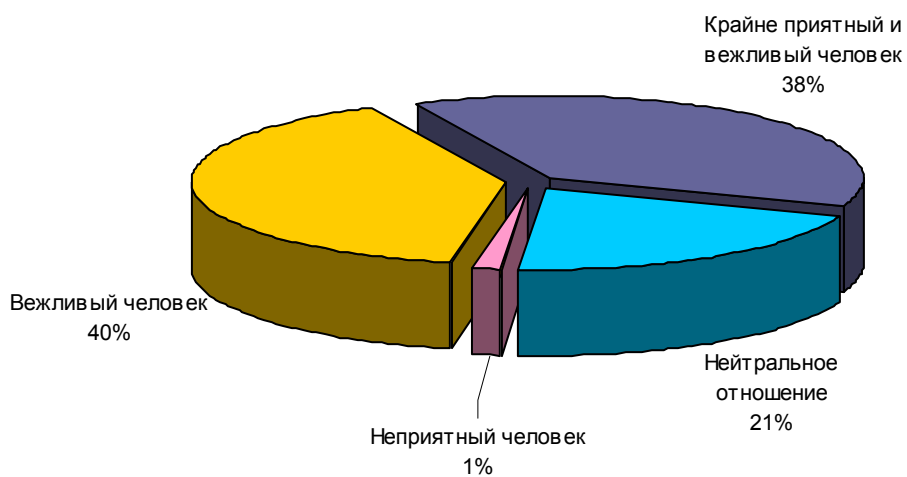
Источник: Mobile Research Group

Оценка вежливости консультантов салонов Связной



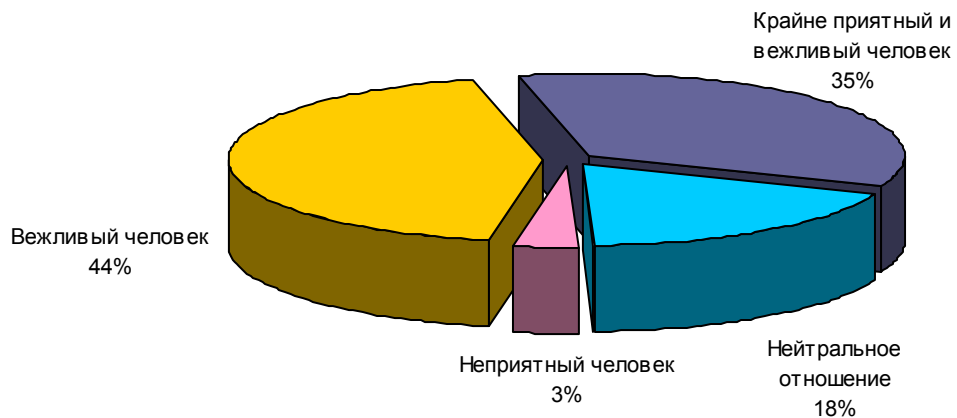
Источник: Mobile Research Group

Оценка вежливости консультантов салонов Телефорум



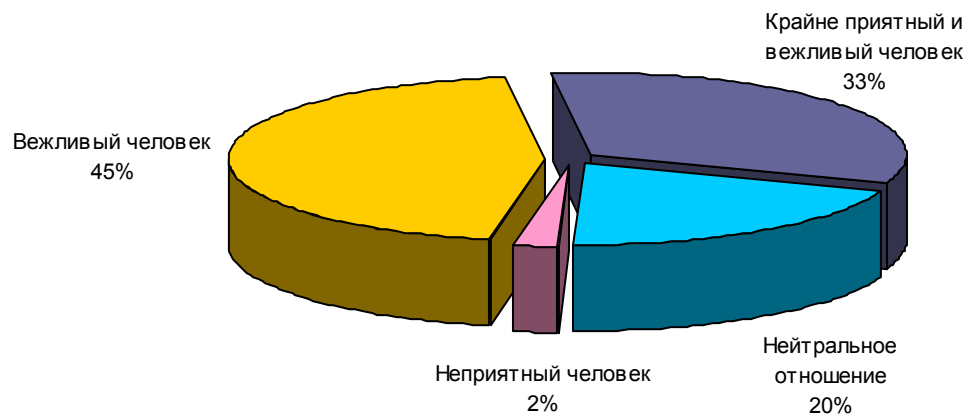
Источник: Mobile Research Group

Оценка вежливости консультантов салонов Ультра



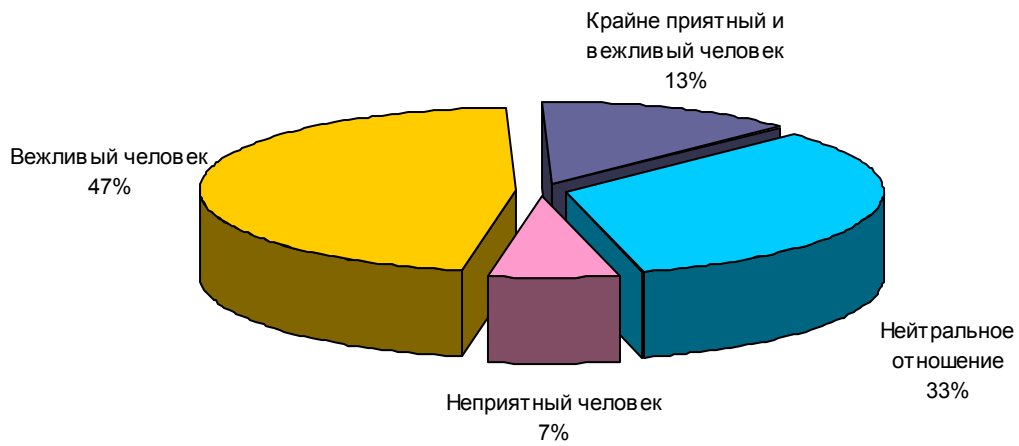
Источник: Mobile Research Group

Оценка вежливости консультантов салонов Цифроград



Источник: Mobile Research Group

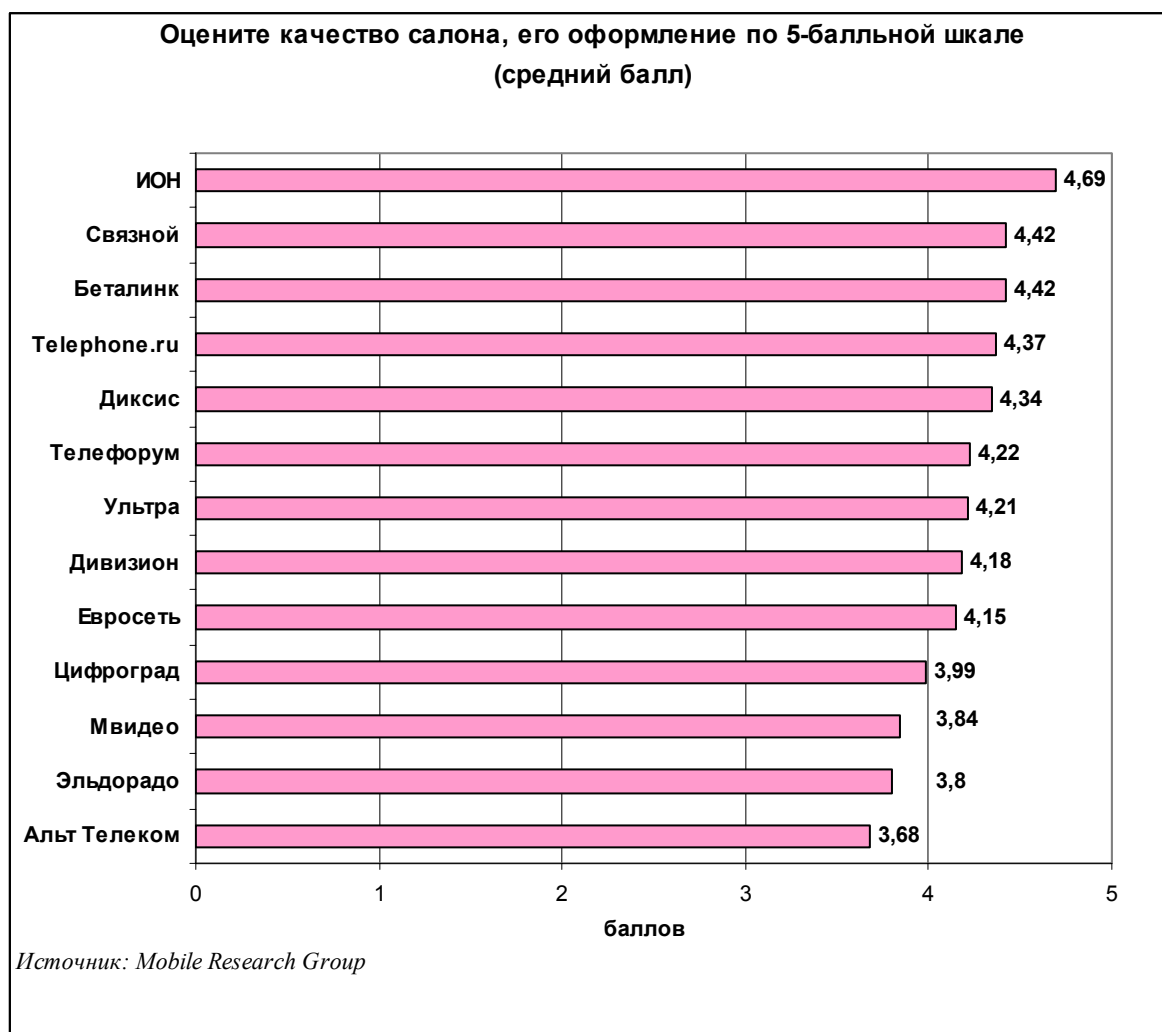
Оценка вежливости консультантов салонов Эльдорадо



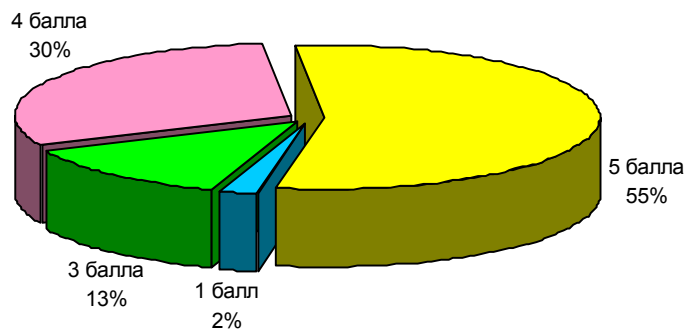
Источник: Mobile Research Group

Оценка оформления салонов

Оценка оформления салонов						
	1 балл	2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов	Средний балл
	%					
Telephone.ru	2	-	13	30	55	4,37
Альт Телеком	3	5	34	40	18	3,68
Беталинк	2	1	8	30	59	4,42
Дивизион	5	-	9	36	50	4,18
Диксис	1	1	14	34	50	4,34
Евросеть	3	3	17	30	47	4,15
ИОН	1	-	2	25	72	4,69
Мвидео	2	4	22	54	18	3,84
Связной	1	1	8	35	55	4,42
Телефорум	-	1	11	52	36	4,22
Ультра	3	1	12	40	44	4,21
Цифроград	-	7	22	37	34	3,99
Эльдорадо	-	10	27	36	27	3,80

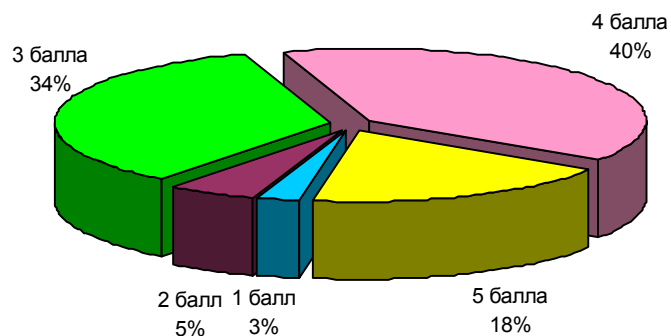


Оценка оформления салонов Telephone.ru



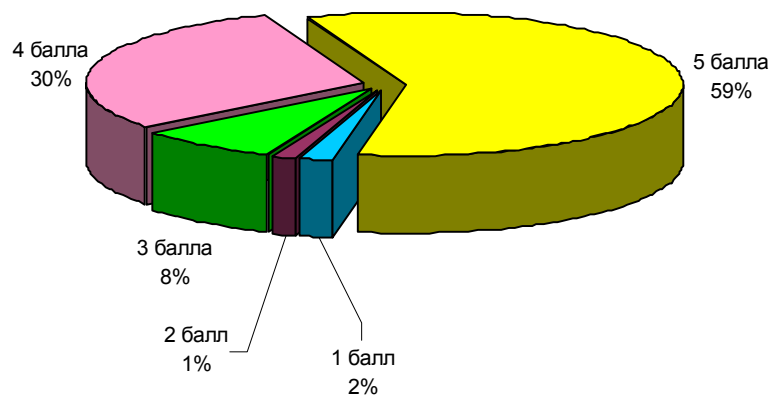
Источник: Mobile Research Group

Оценка оформления салонов Альттелеком



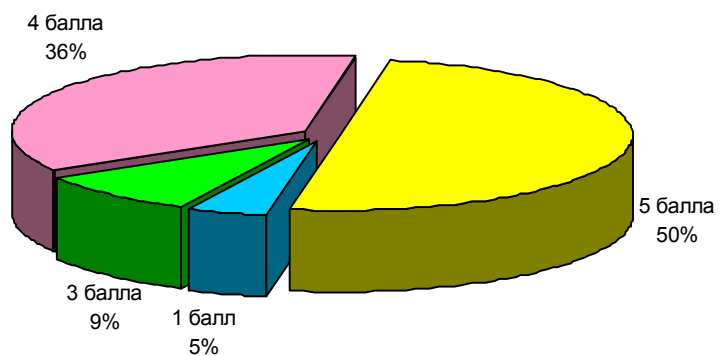
Источник: Mobile Research Group

Оценка оформления салонов Беталинк



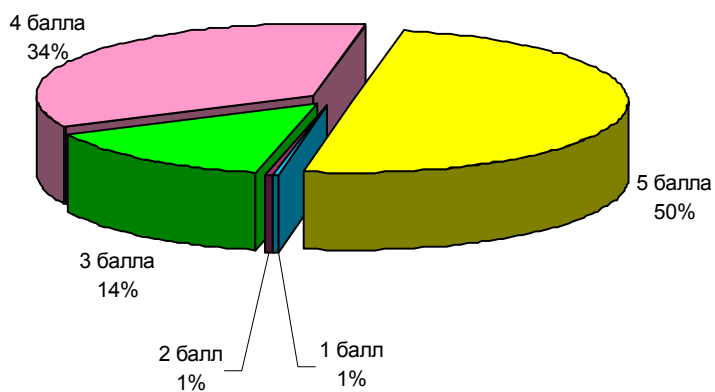
Источник: Mobile Research Group

Оценка оформления салонов Дивизион



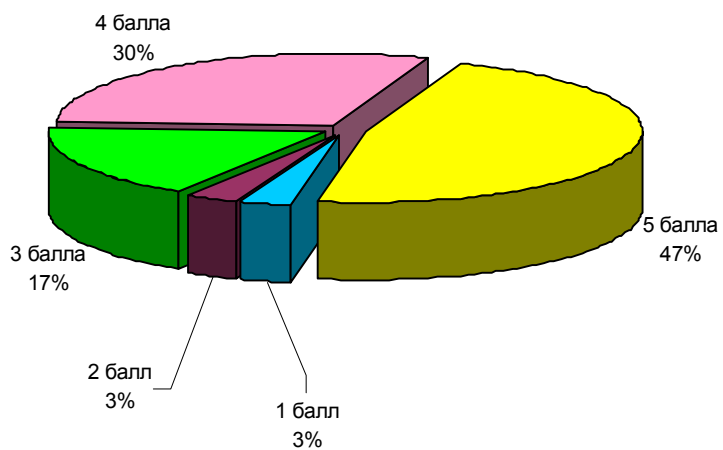
Источник: Mobile Research Group

Оценка оформления салонов Диксис



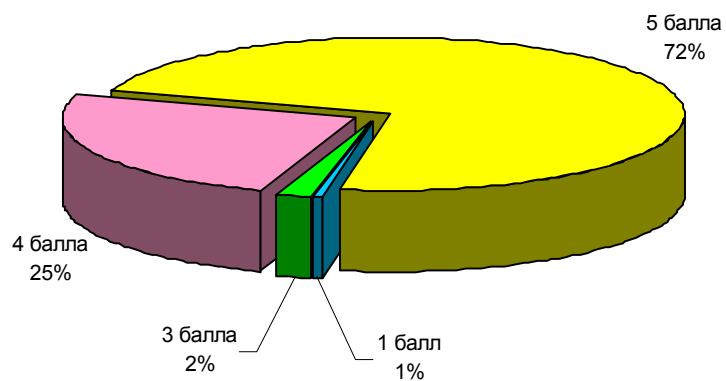
Источник: Mobile Research Group

Оценка оформления салонов Евросеть



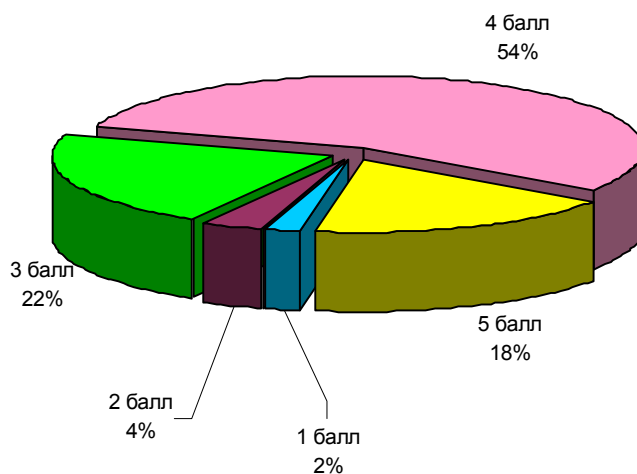
Источник: Mobile Research Group

Оценка оформления салонов ИОН



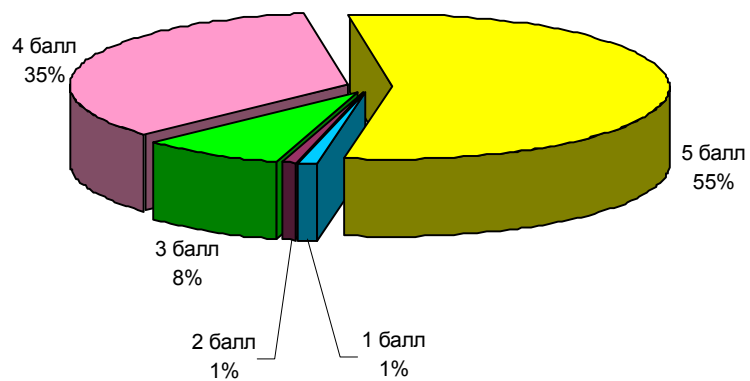
Источник: Mobile Research Group

Оценка оформления салонов Мвидео



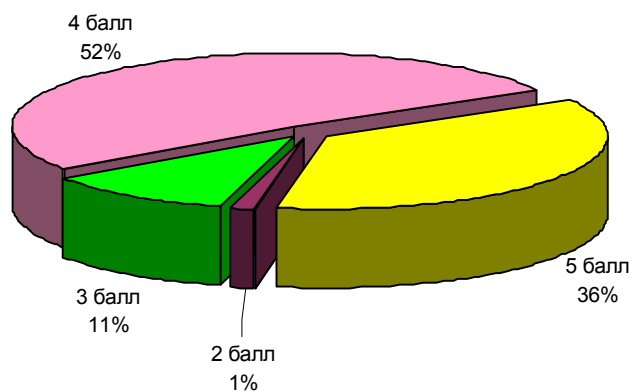
Источник: Mobile Research Group

Оценка оформления салонов Связной



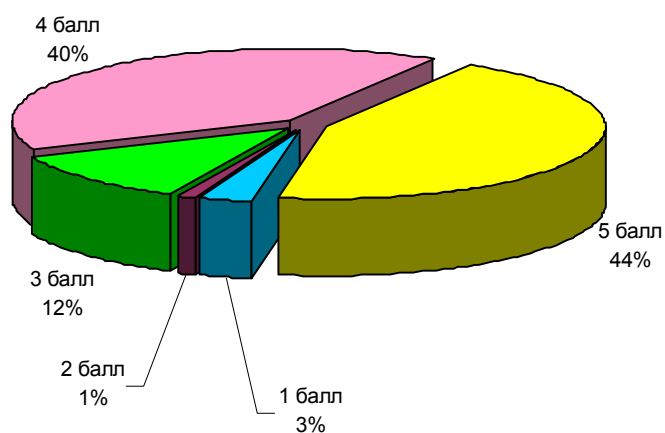
Источник: Mobile Research Group

Оценка оформления салонов Телефорум



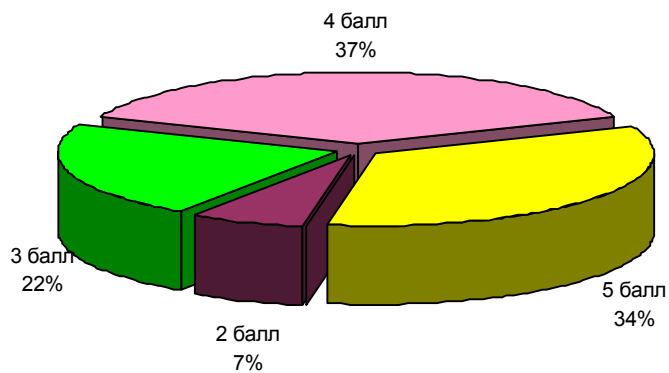
Источник: Mobile Research Group

Оценка оформления салонов Ультра



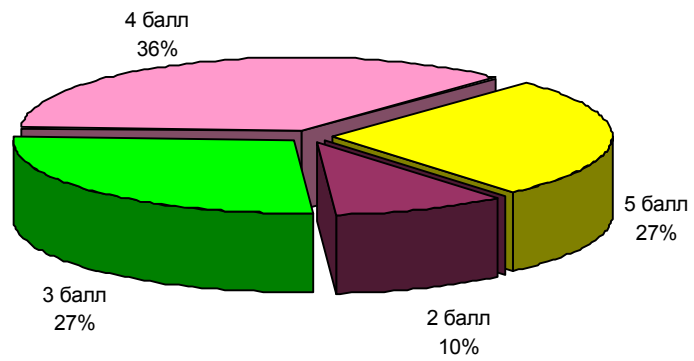
Источник: Mobile Research Group

Оценка оформления салонов Цифроград



Источник: Mobile Research Group

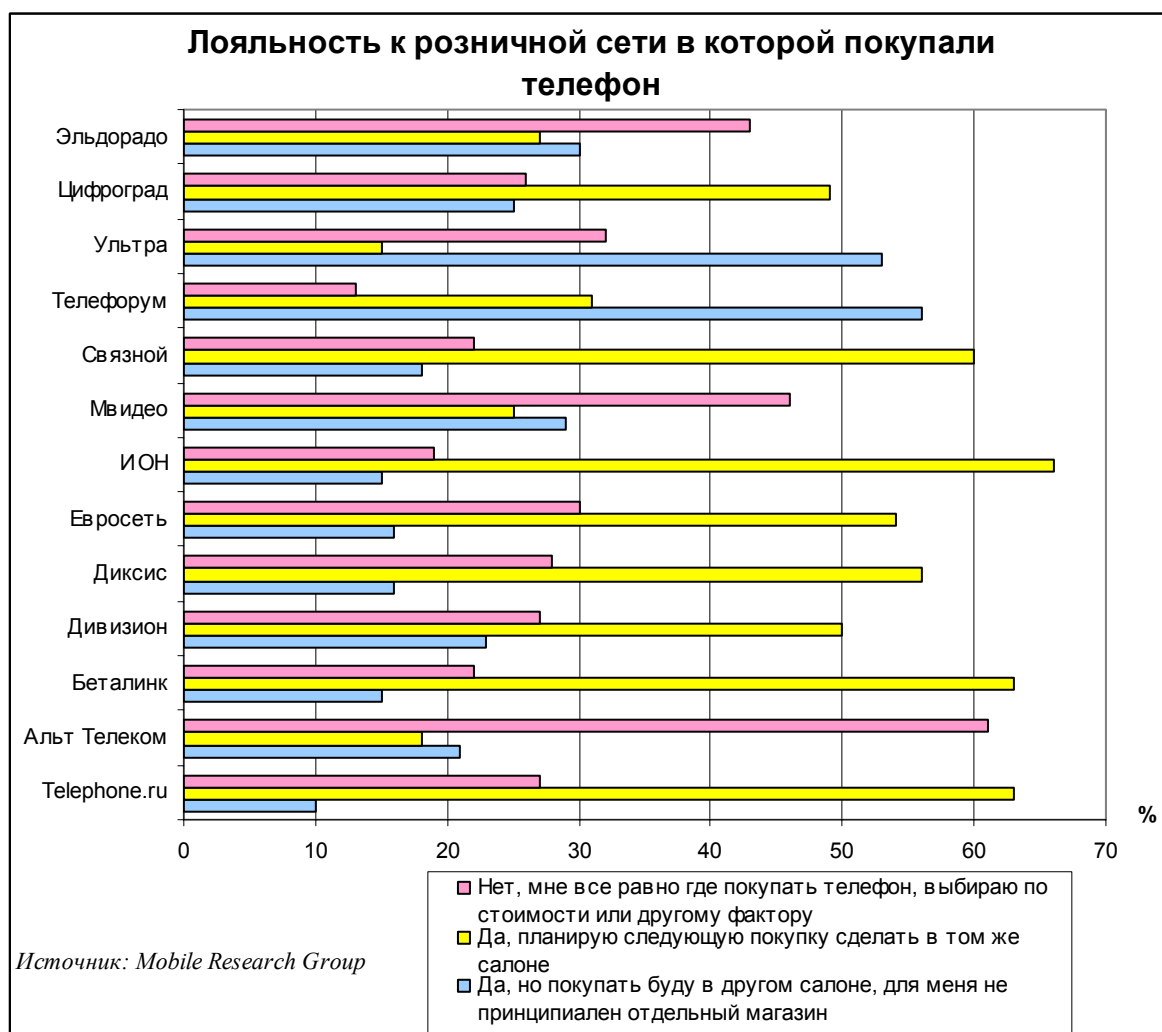
Оценка оформления салонов Эльдорадо



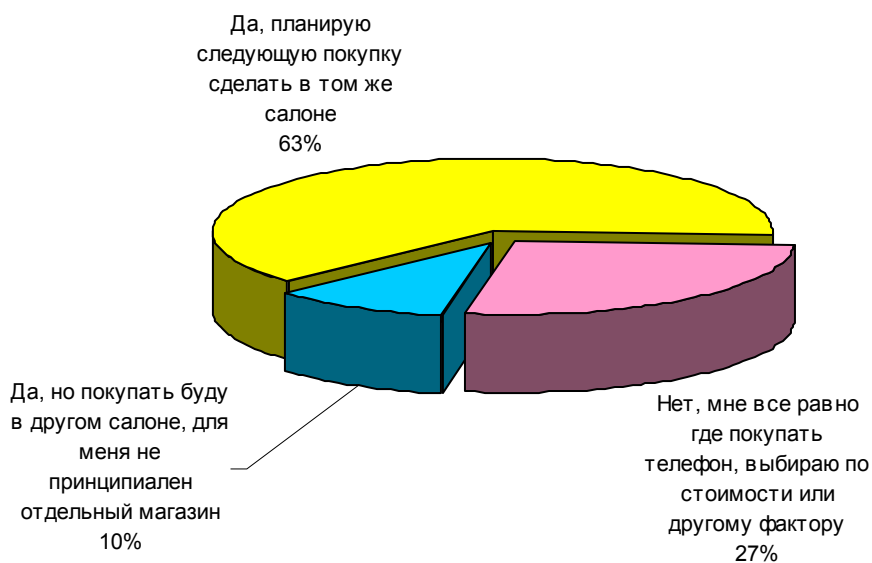
Источник: Mobile Research Group

Лояльность к розничной сети в которой покупали телефон

Лояльность к розничной сети в которой покупали телефон			
	Да, но покупать буду в другом салоне, для меня не принципиален отдельный магазин	Да, планирую следующую покупку сделать в том же салоне	Нет, мне все равно где покупать телефон, выбираю по стоимости или другому фактору
	%		
Telephone.ru	10	63	27
Альт Телеком	21	18	61
Беталинк	15	63	22
Дивизион	23	50	27
Диксис	16	56	28
Евросеть	16	54	30
ИОН	15	66	19
Мвидео	29	25	46
Связной	18	60	22
Телефорум	56	31	13
Ультра	53	15	32
Цифроград	25	49	26
Эльдорадо	30	27	43

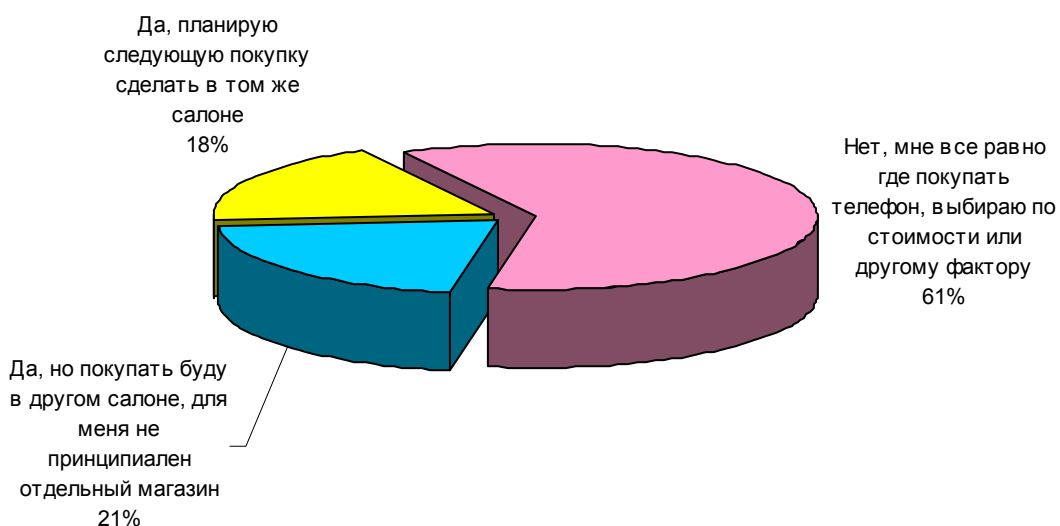


**Лояльность к розничной сети в которой покупали телефон
(покупатели Telephone.ru)**



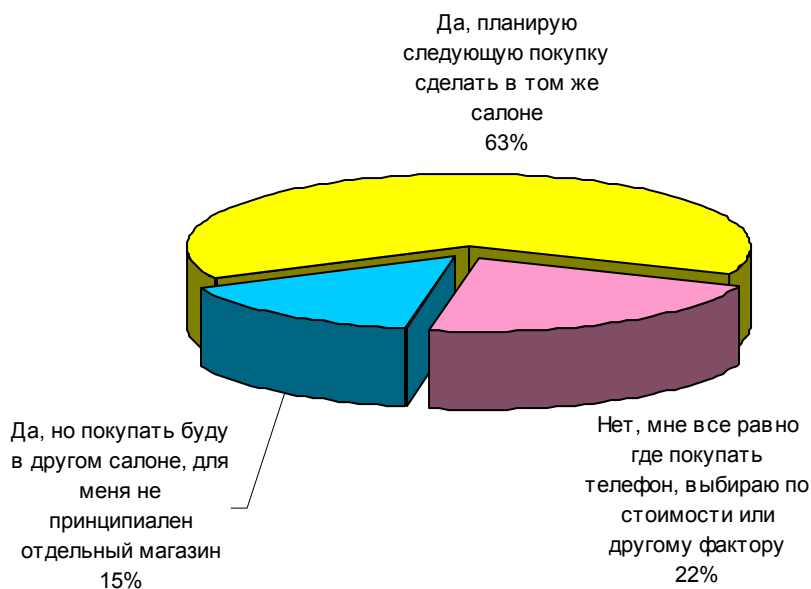
Источник: Mobile Research Group

**Лояльность к розничной сети в которой покупали телефон
(покупатели Альттелеком)**



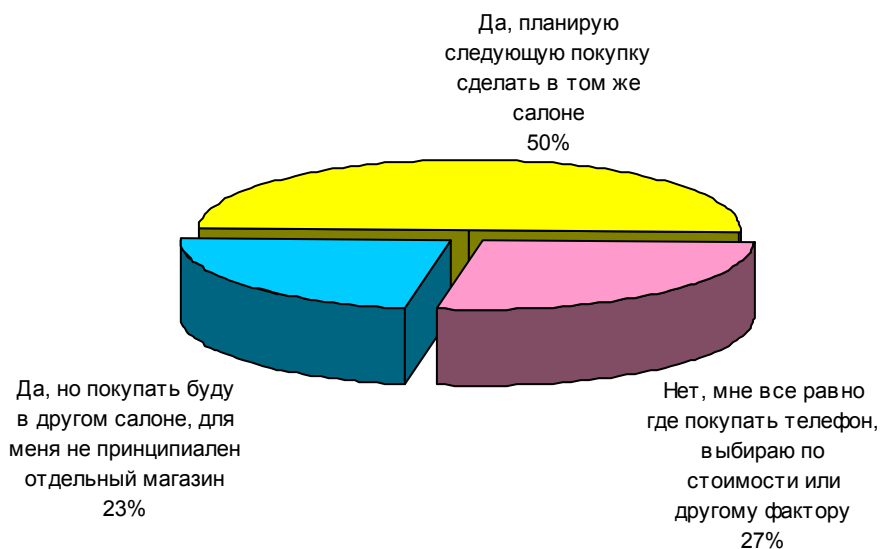
Источник: Mobile Research Group

Лояльность к розничной сети в которой покупали телефон (покупатели Беталинк)



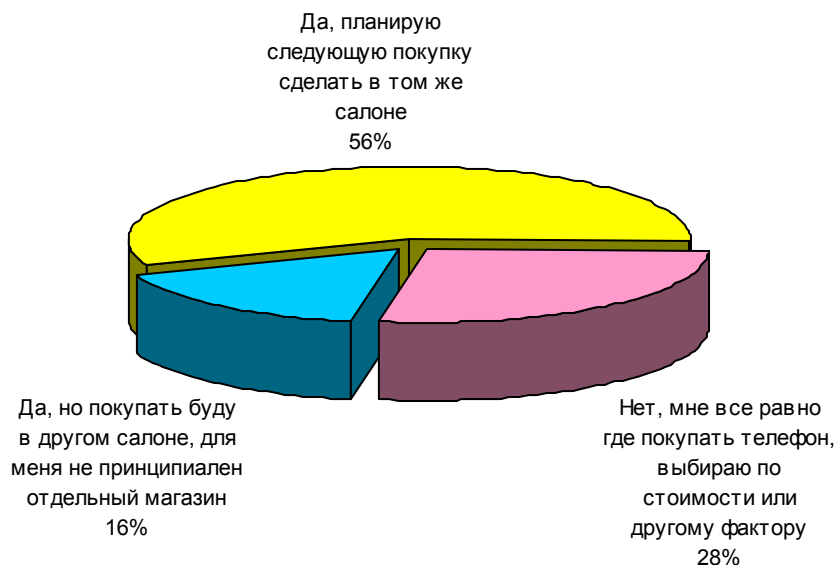
Источник: Mobile Research Group

Лояльность к розничной сети в которой покупали телефон (покупатели Дивизион)



Источник: Mobile Research Group

Лояльность к розничной сети в которой покупали телефон (покупатели Диксис)



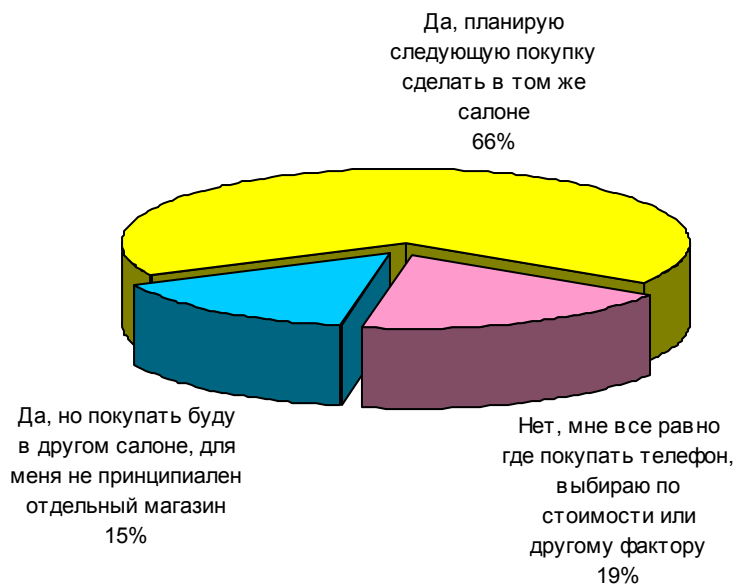
Источник: Mobile Research Group

Лояльность к розничной сети в которой покупали телефон (покупатели Евросеть)



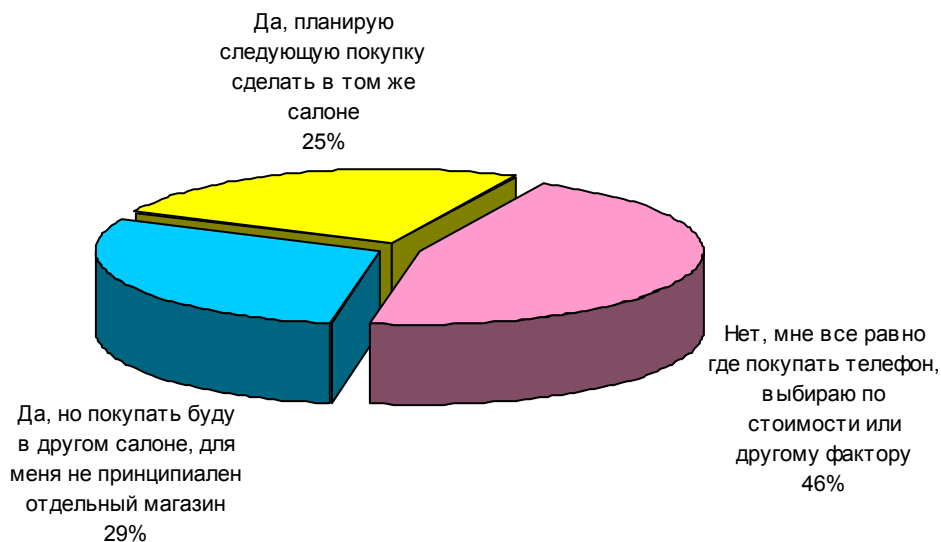
Источник: Mobile Research Group

Лояльность к розничной сети в которой покупали телефон (покупатели ИОН)



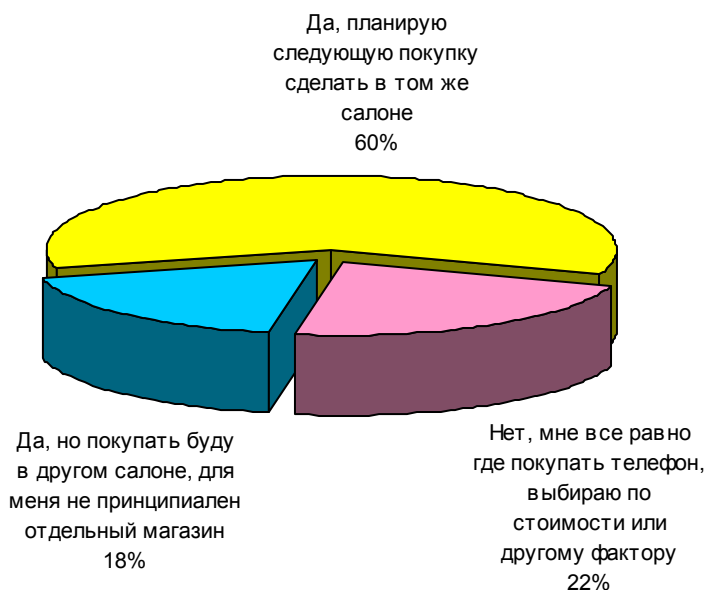
Источник: Mobile Research Group

Лояльность к розничной сети в которой покупали телефон (покупатели Мвидео)



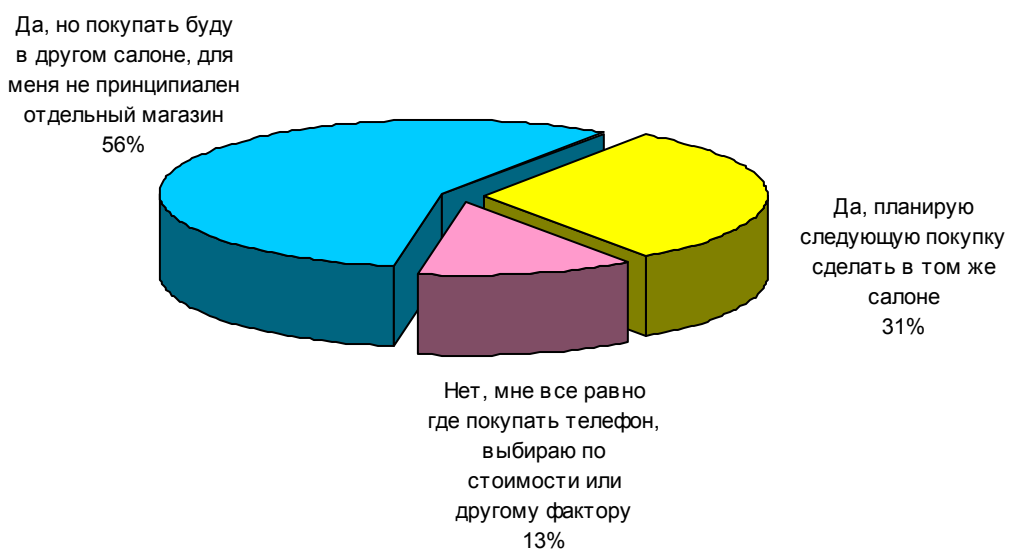
Источник: Mobile Research Group

Лояльность к розничной сети в которой покупали телефон (покупатели Связной)



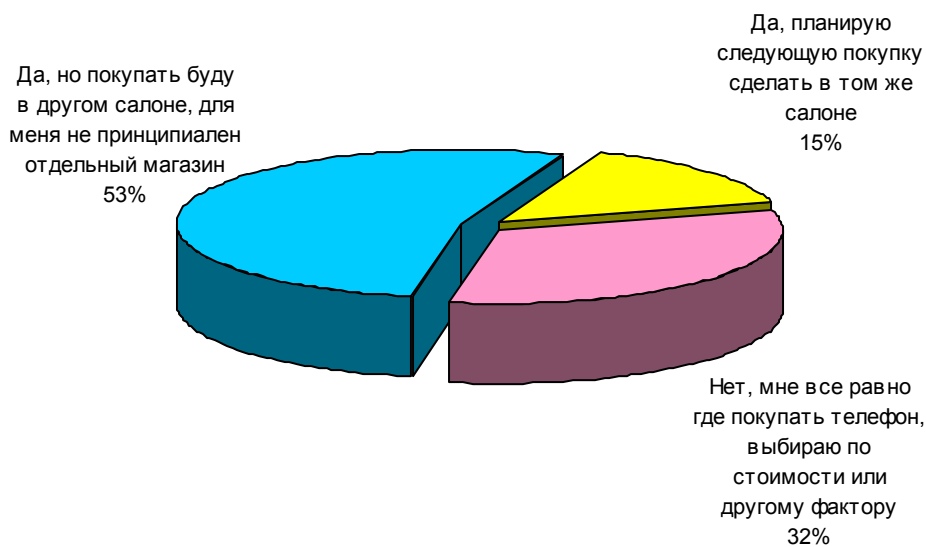
Источник: Mobile Research Group

Лояльность к розничной сети в которой покупали телефон (покупатели Телефорум)



Источник: Mobile Research Group

Лояльность к розничной сети в которой покупали телефон (покупатели Ультра)



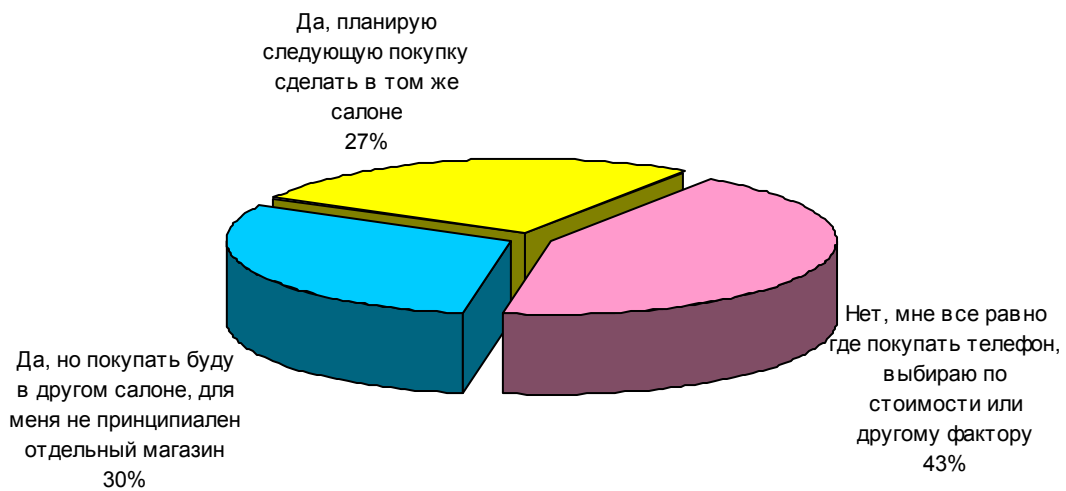
Источник: Mobile Research Group

Лояльность к розничной сети в которой покупали телефон (покупатели Цифроград)



Источник: Mobile Research Group

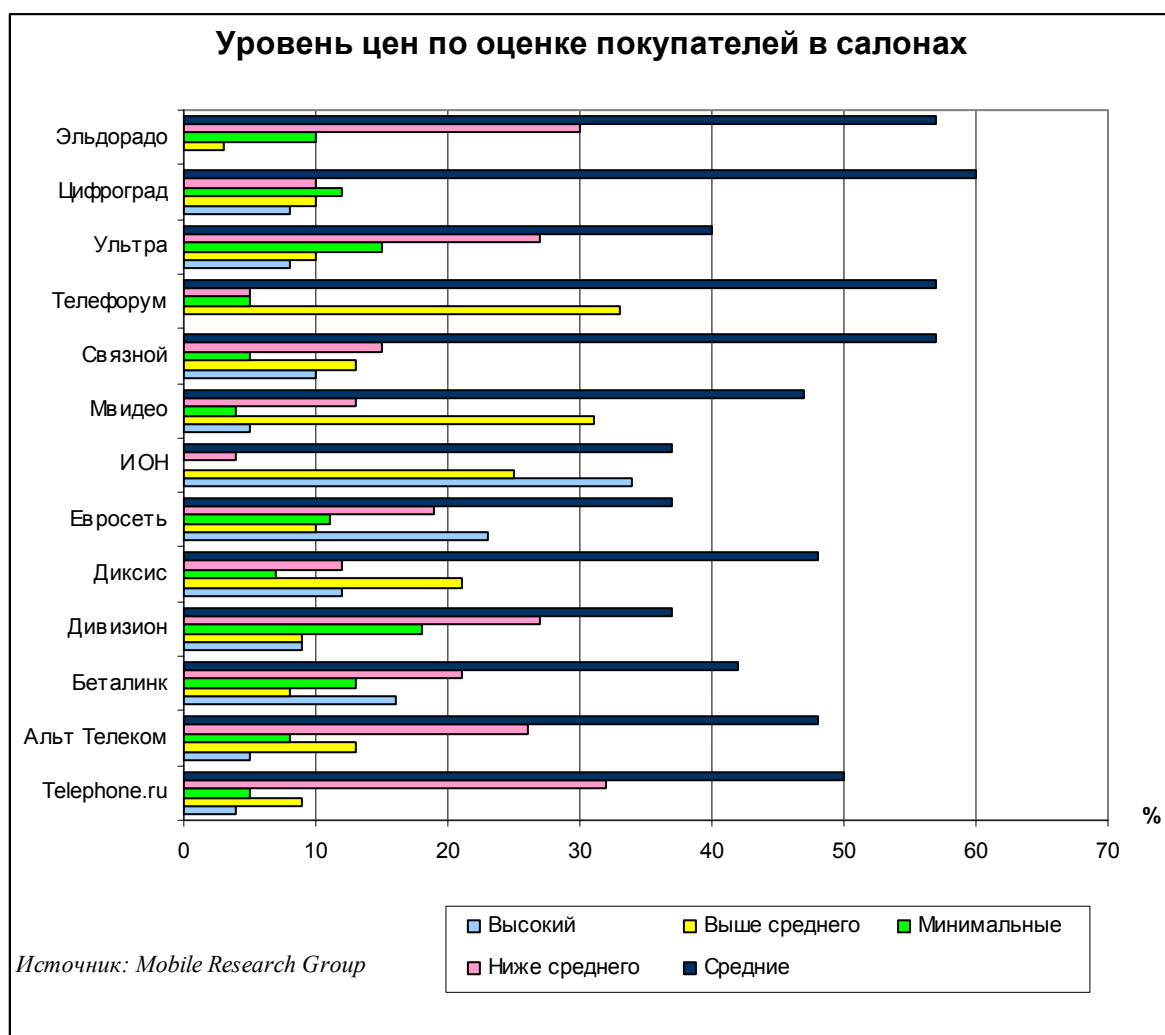
**Лояльность к розничной сети в которой покупали телефон
(покупатели Эльдорадо)**



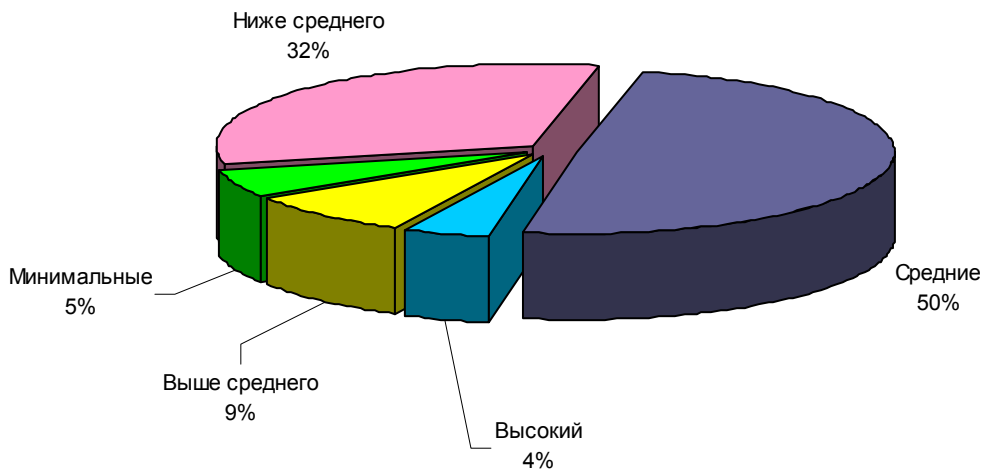
Источник: Mobile Research Group

Уровень цен по оценке покупателей в салонах

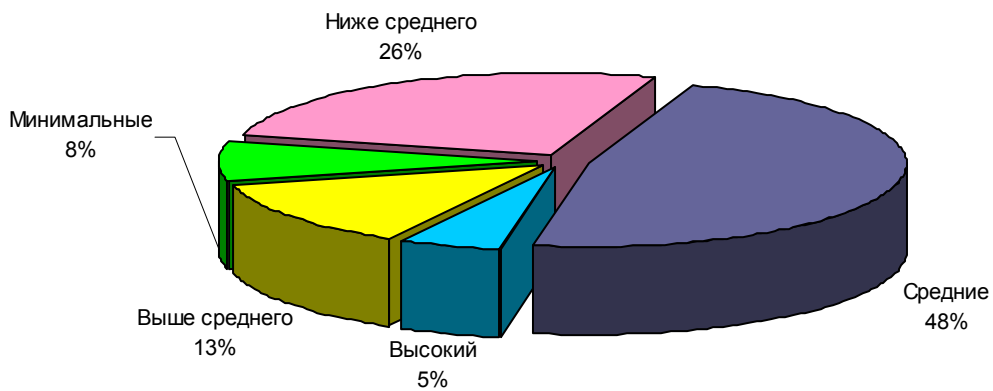
Уровень цен по оценке покупателей в салонах					
	Высокий	Выше среднего	Минимальные	Ниже среднего	Средние
	%				
Telephone.ru	4	9	5	32	50
Альт Телеком	5	13	8	26	48
Беталинк	16	8	13	21	42
Дивизион	9	9	18	27	37
Диксис	12	21	7	12	48
Евросеть	23	10	11	19	37
ИОН	34	25	-	4	37
Мвидео	5	31	4	13	47
Связной	10	13	5	15	57
Телефорум	-	33	5	5	57
Ультра	8	10	15	27	40
Цифроград	8	10	12	10	60
Эльдорадо	-	3	10	30	57



Уровень цен по оценке покупателей в салонах Telephone.ru

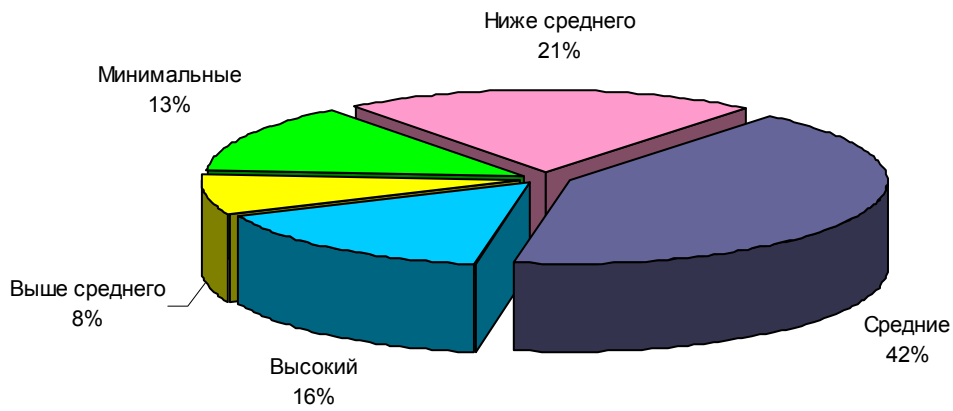


Уровень цен по оценке покупателей в салонах Альттелеком



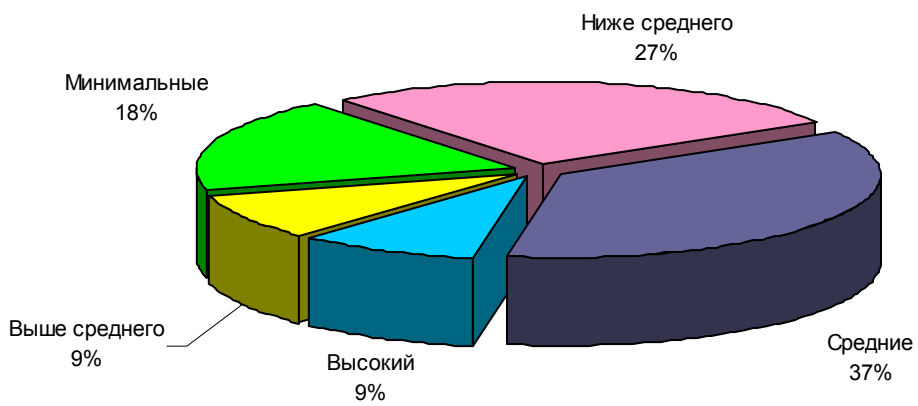
Источник: Mobile Research Group

Уровень цен по оценке покупателей в салонах Беталинк



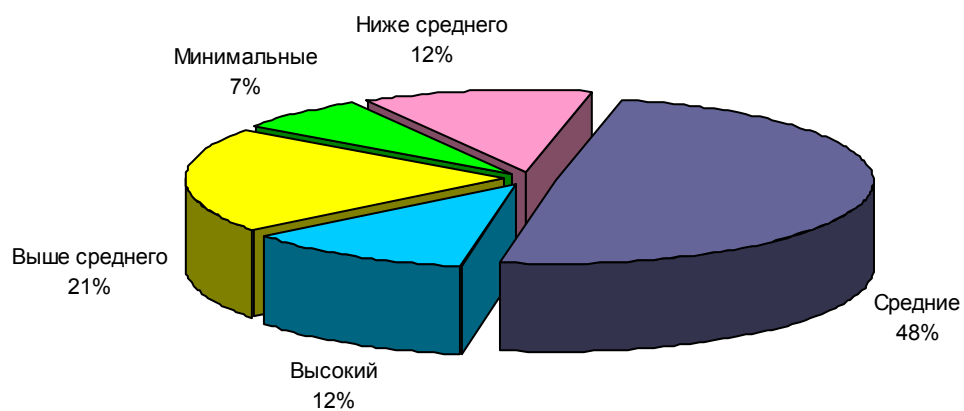
Источник: Mobile Research Group

Уровень цен по оценке покупателей в салонах Дивизион



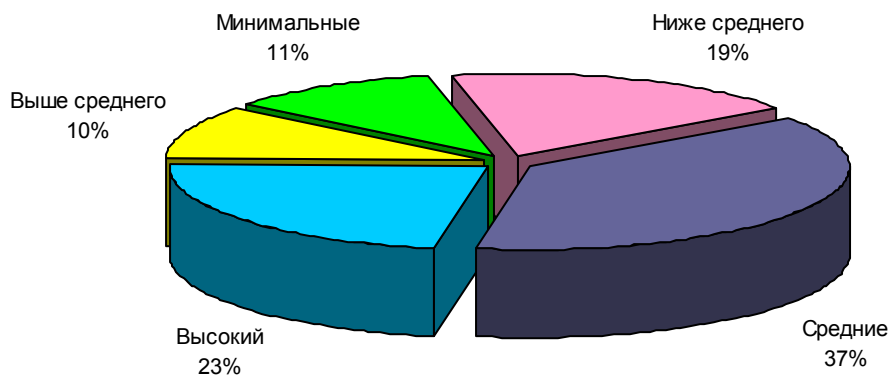
Источник: Mobile Research Group

Уровень цен по оценке покупателей в салонах Диксис



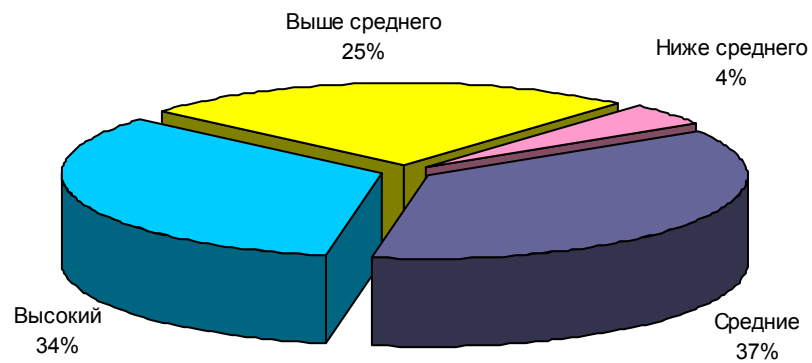
Источник: Mobile Research Group

Уровень цен по оценке покупателей в салонах Евросеть



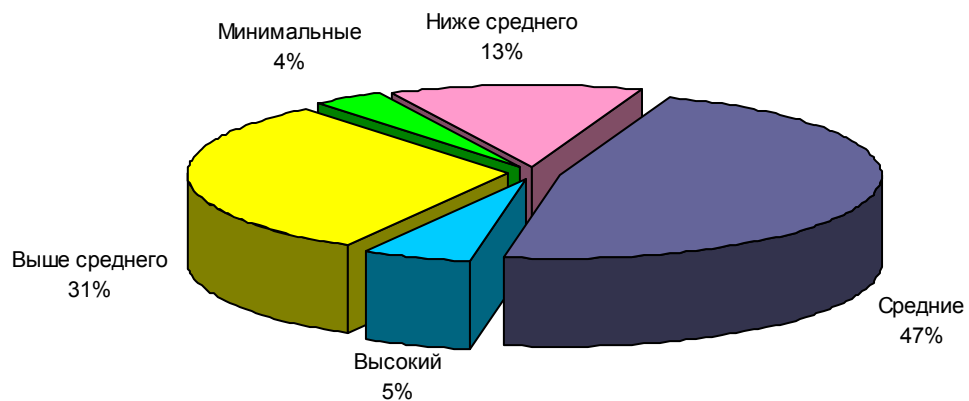
Источник: Mobile Research Group

Уровень цен по оценке покупателей в салонах ИОН



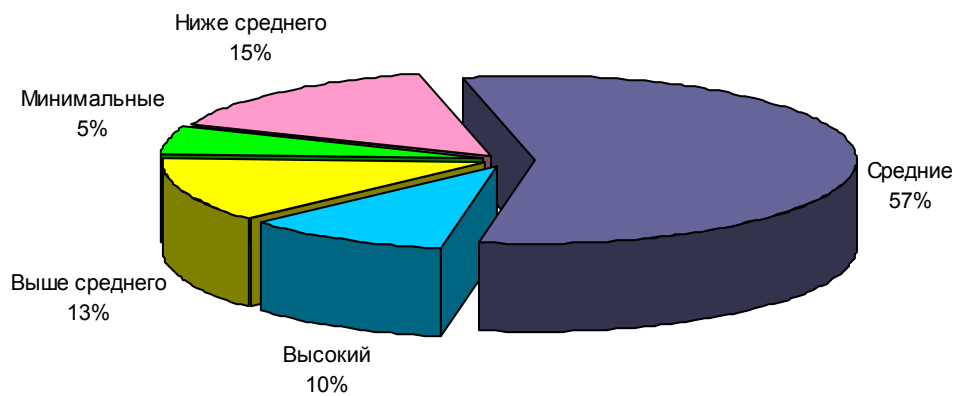
Источник: Mobile Research Group

Уровень цен по оценке покупателей в салонах Мвидео

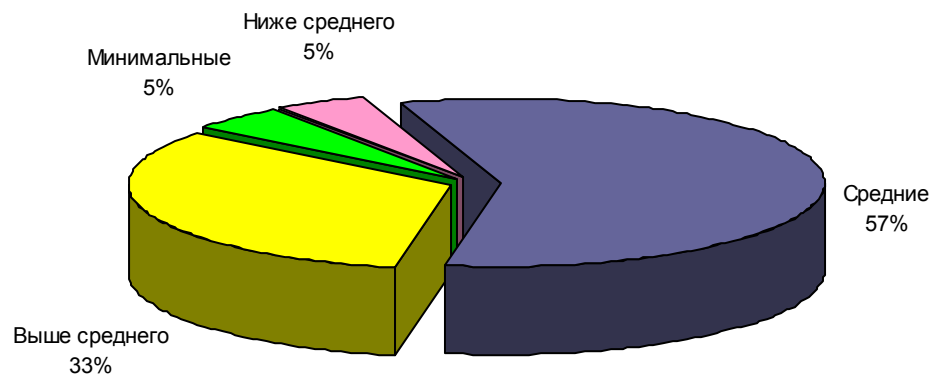


Источник: Mobile Research Group

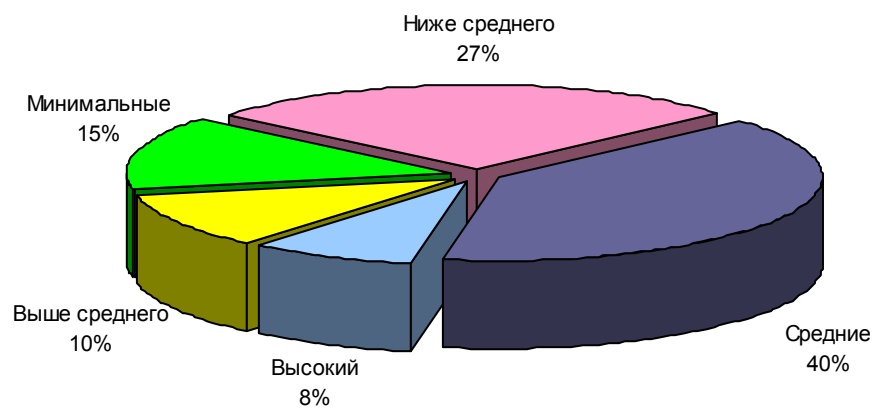
Уровень цен по оценке покупателей в салонах Связной



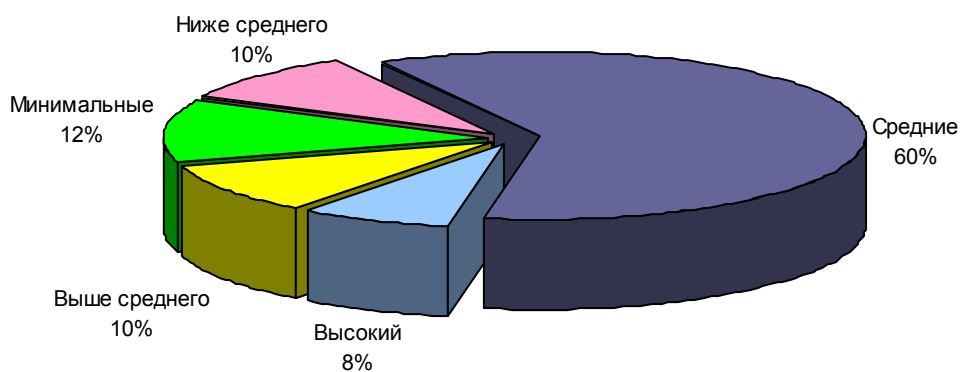
Уровень цен по оценке покупателей в салонах Телефорум



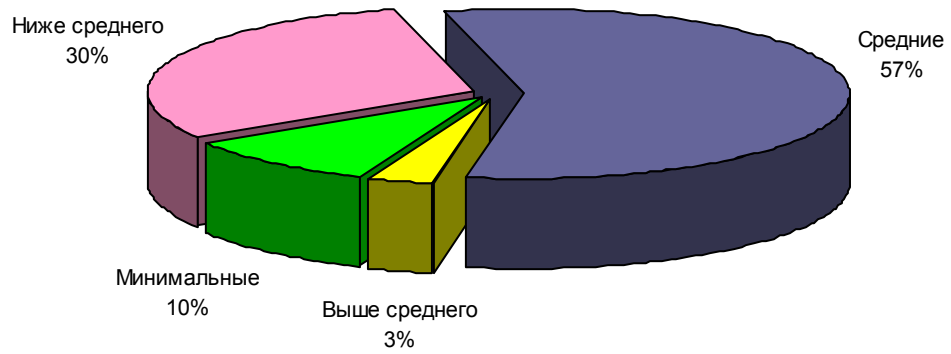
Уровень цен по оценке покупателей в салонах Ультра



Уровень цен по оценке покупателей в салонах Цифроград

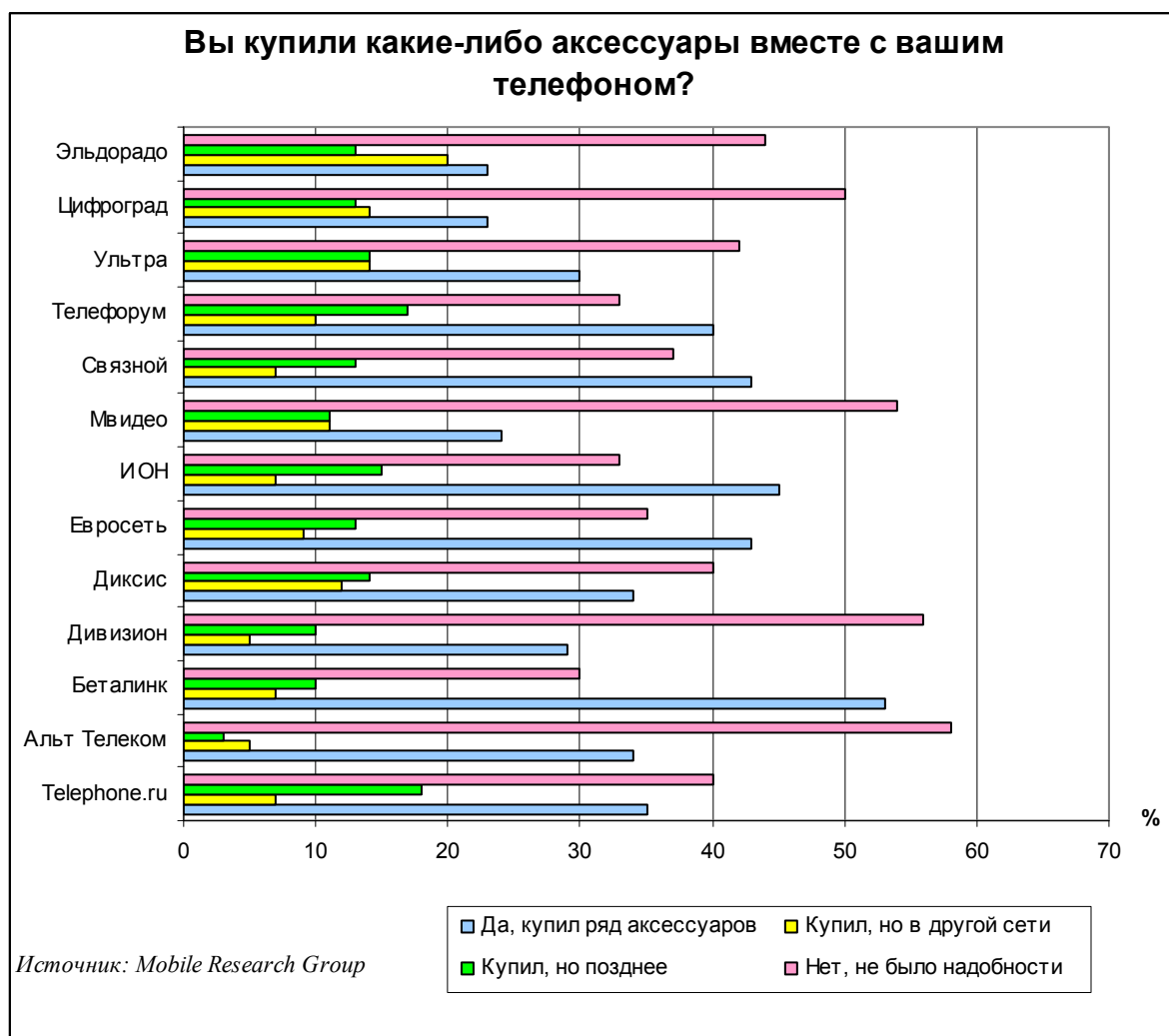


Уровень цен по оценке покупателей в салонах Эльдорато

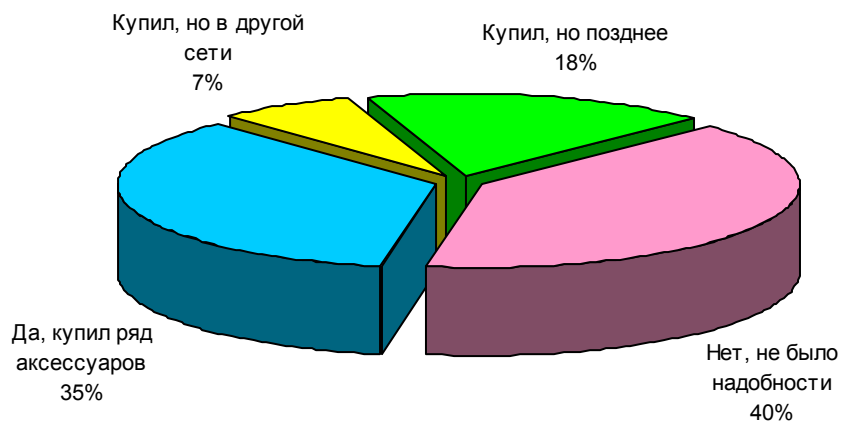


Вы купили какие-либо аксессуары вместе с вашим телефоном?

Вы купили какие-либо аксессуары вместе с вашим телефоном?				
	Да, купил ряд аксессуаров	Купил, но в другой сети	Купил, но позднее	Нет, не было надобности
	%			
Telephone.ru	35	7	18	40
Альт Телеком	34	5	3	58
Беталинк	53	7	10	30
Дивизион	29	5	10	56
Диксис	34	12	14	40
Евросеть	43	9	13	35
ИОН	45	7	15	33
Мвидео	24	11	11	54
Связной	43	7	13	37
Телефорум	40	10	17	33
Ультра	30	14	14	42
Цифроград	23	14	13	50
Эльдорадо	23	20	13	44

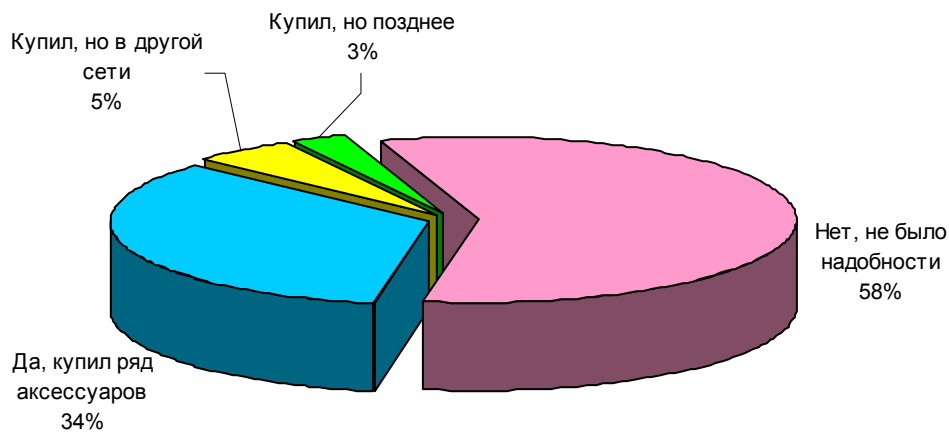


Вы купили какие-либо аксессуары вместе с вашим телефоном? (покупатели Telephone.ru)



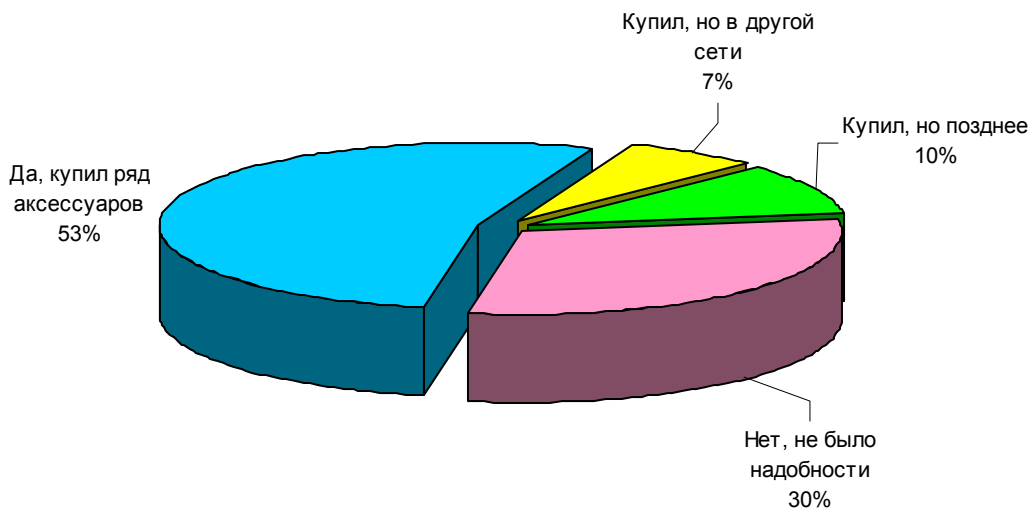
Источник: Mobile Research Group

Вы купили какие-либо аксессуары вместе с вашим телефоном? (покупатели Альттелеком)



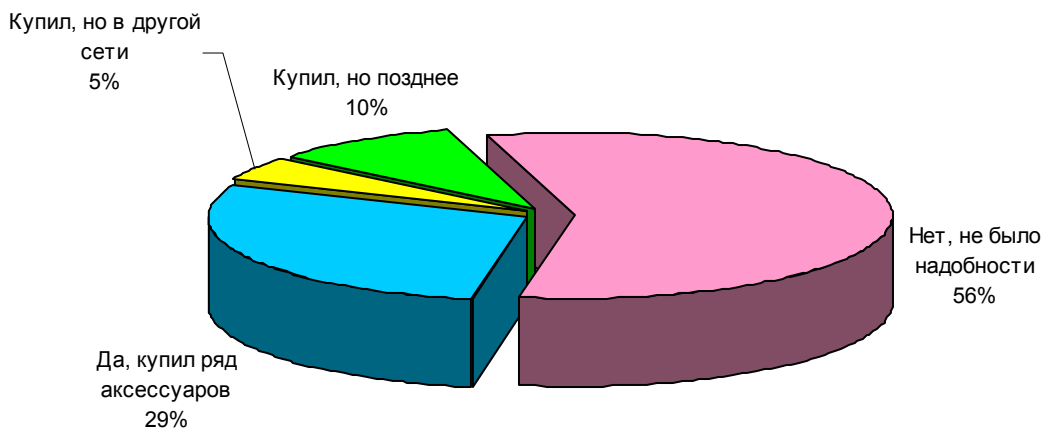
Источник: Mobile Research Group

Вы купили какие-либо аксессуары вместе с вашим телефоном? (покупатели Беталинк)

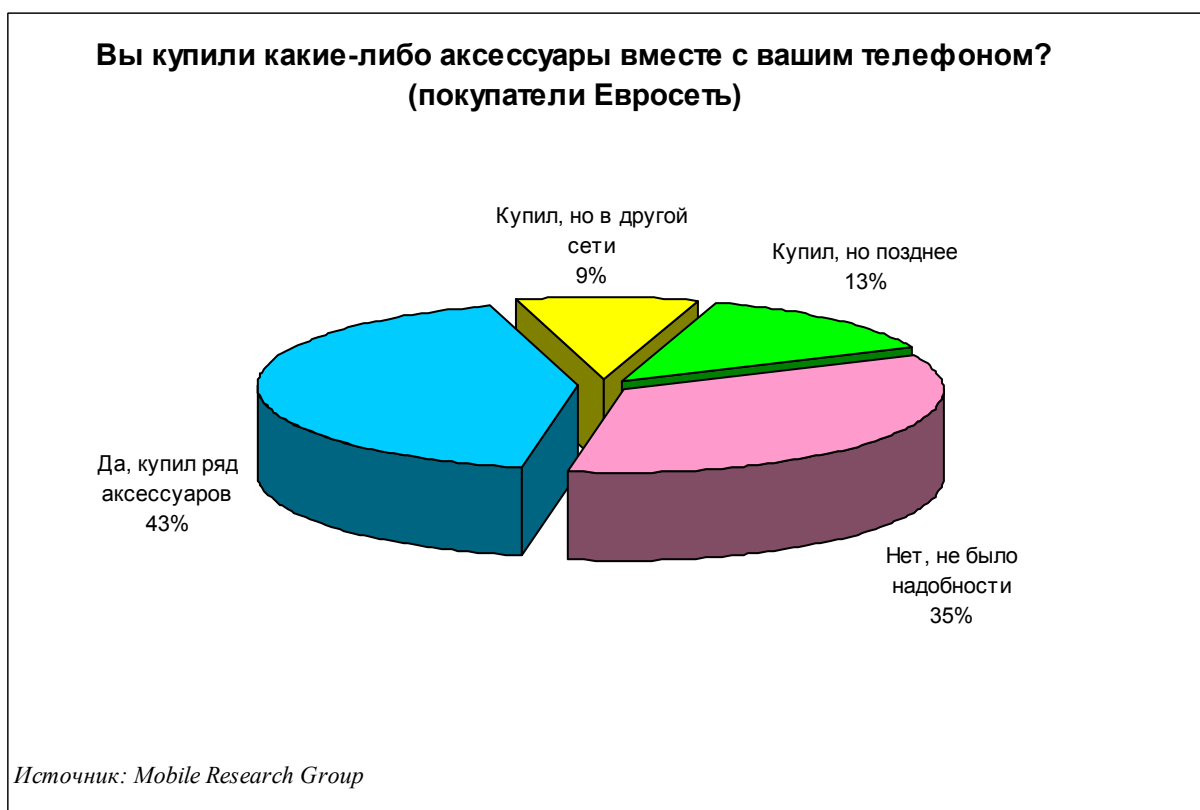


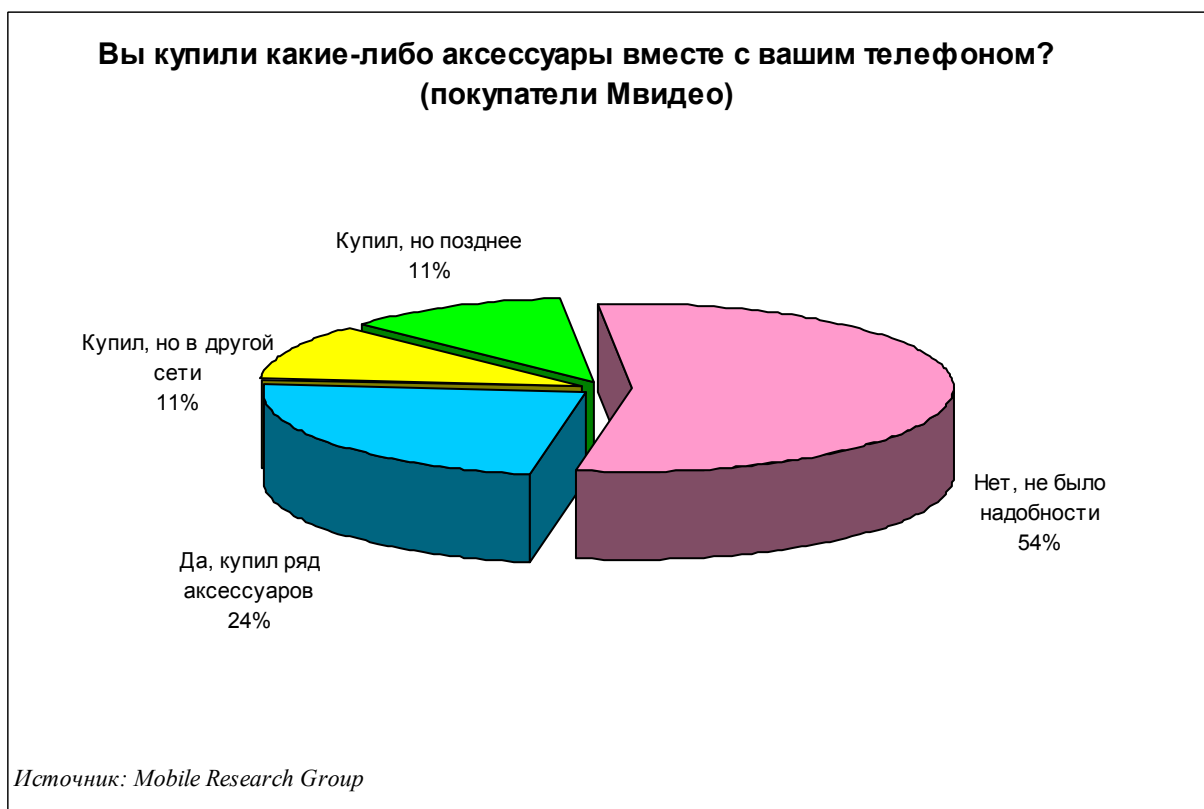
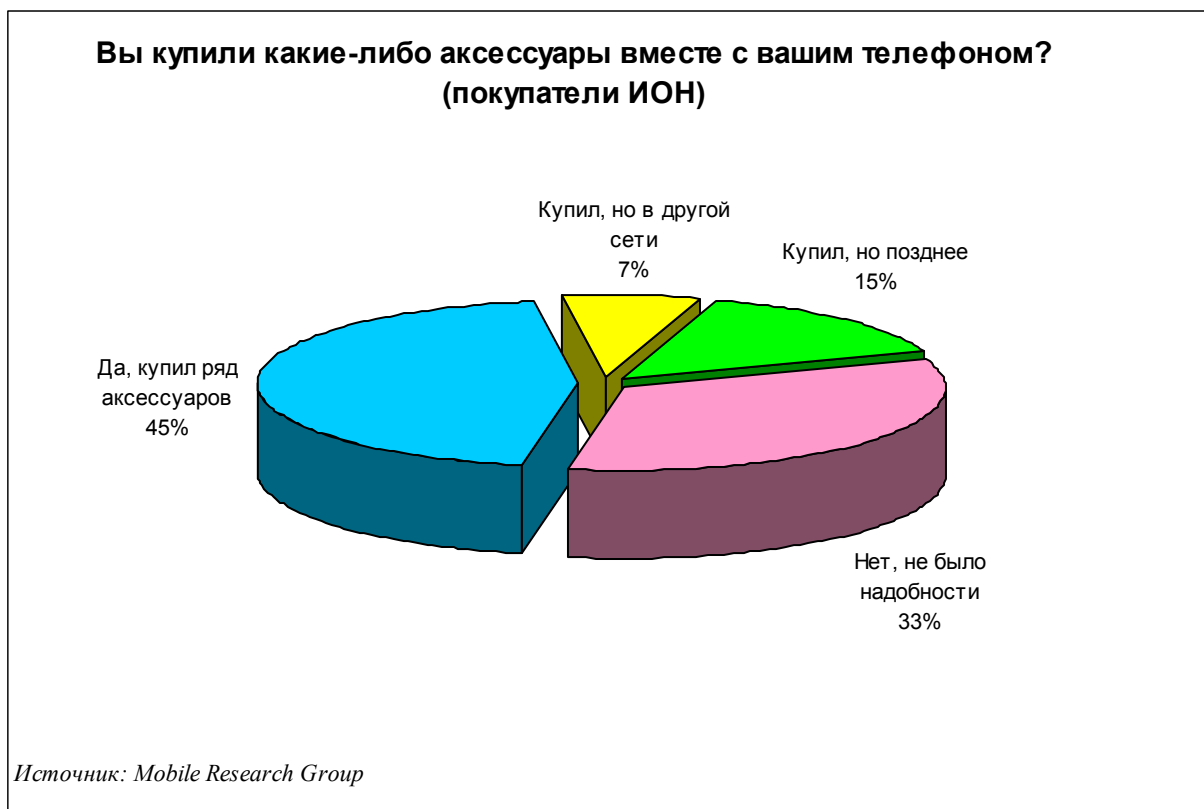
Источник: Mobile Research Group

Вы купили какие-либо аксессуары вместе с вашим телефоном? (покупатели Дивизион)

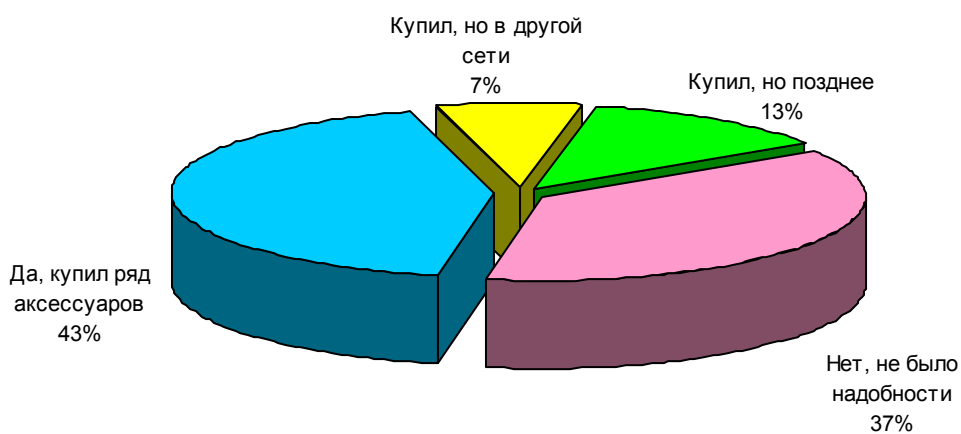


Источник: Mobile Research Group



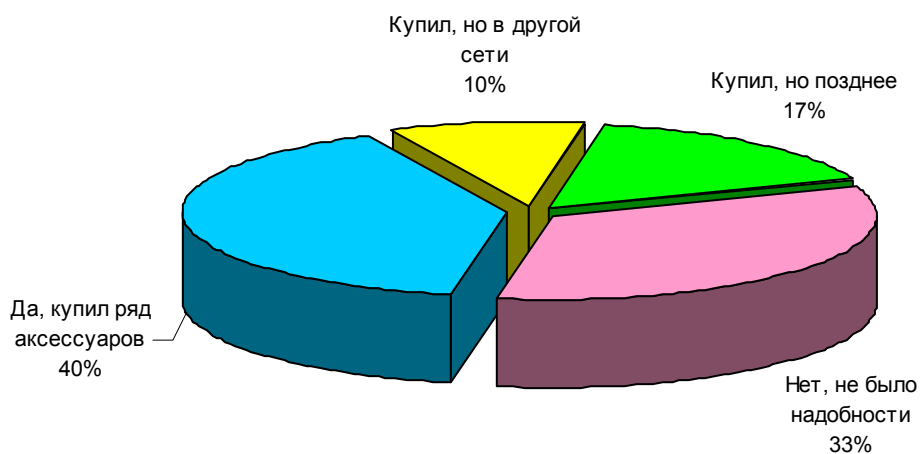


**Вы купили какие-либо аксессуары вместе с вашим телефоном?
(покупатели Связной)**



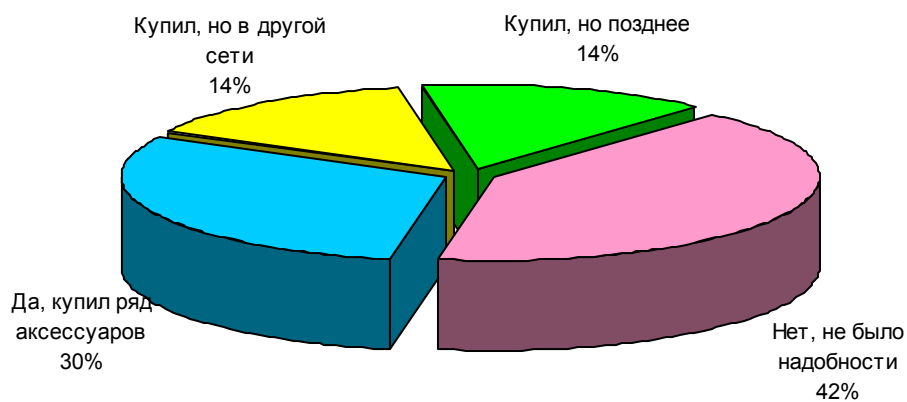
Источник: Mobile Research Group

**Вы купили какие-либо аксессуары вместе с вашим телефоном?
(покупатели Teleforum)**



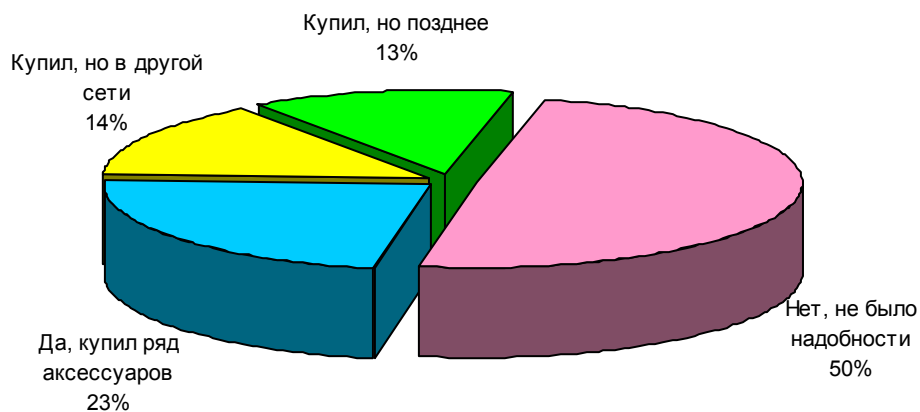
Источник: Mobile Research Group

**Вы купили какие-либо аксессуары вместе с вашим телефоном?
(покупатели Ультра)**



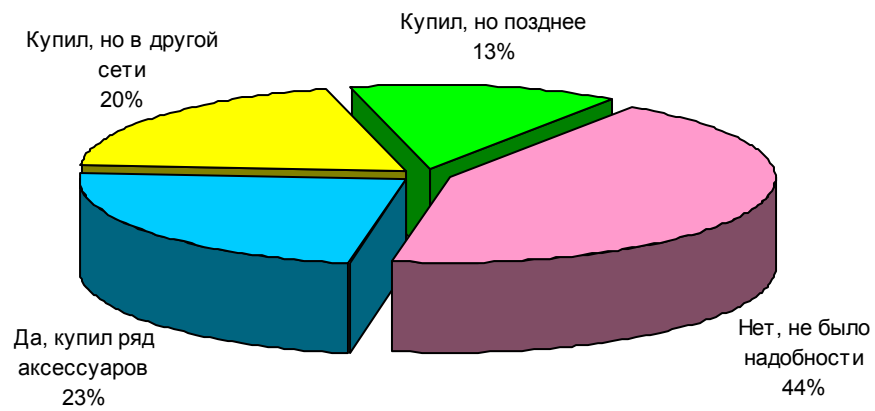
Источник: Mobile Research Group

**Вы купили какие-либо аксессуары вместе с вашим телефоном?
(покупатели Цифроград)**



Источник: Mobile Research Group

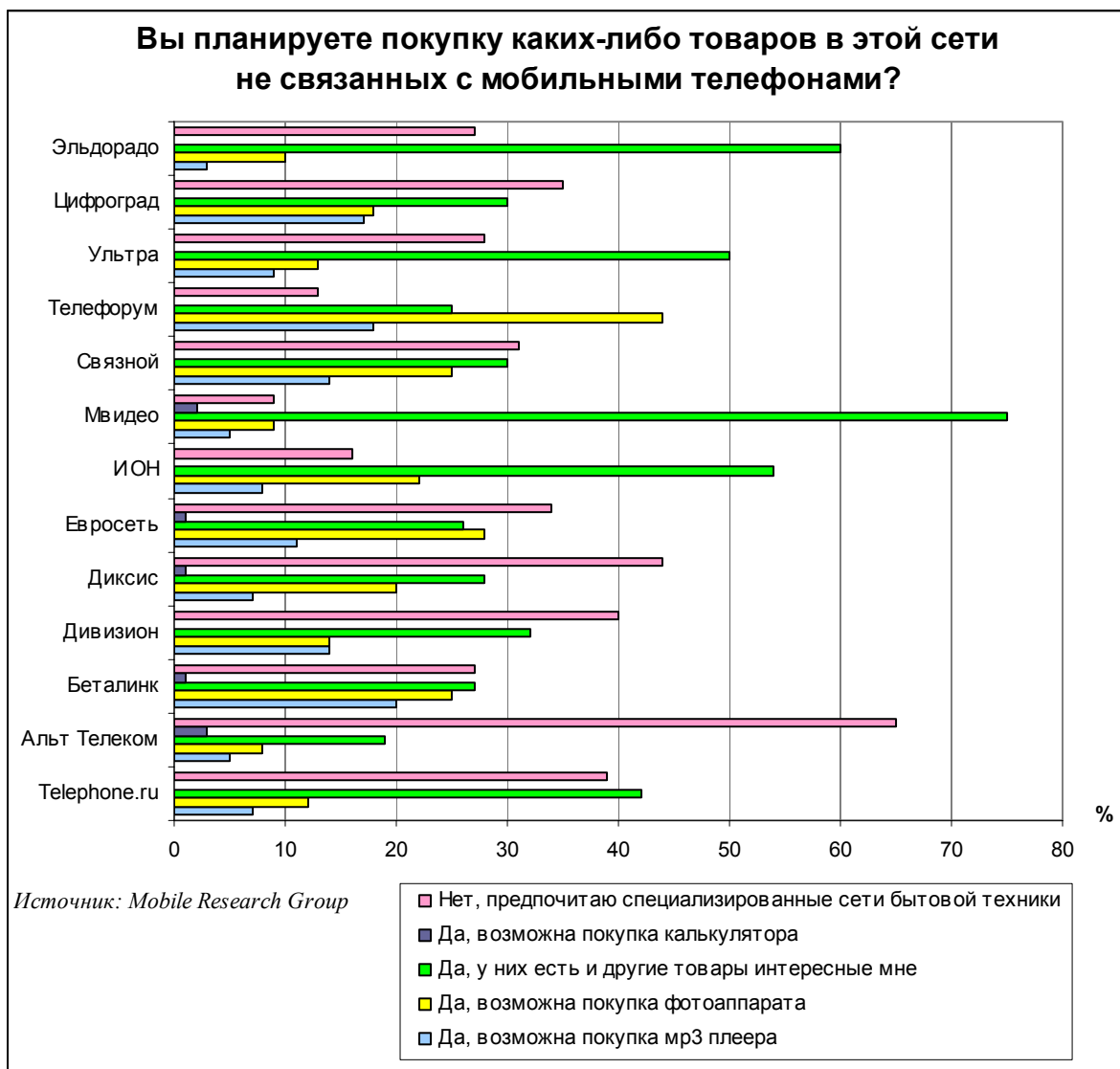
**Вы купили какие-либо аксессуары вместе с вашим телефоном?
(покупатели Эльдорадо)**



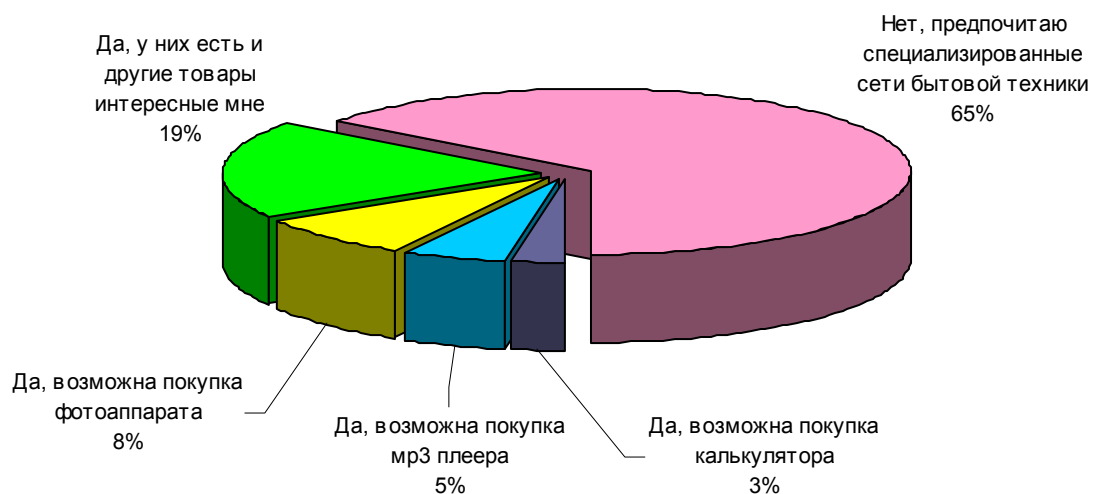
Источник: Mobile Research Group

Вы планируете покупку каких-либо товаров в этой сети не связанных с мобильными телефонами?

Вы планируете покупку каких-либо товаров в этой сети не связанных с мобильными телефонами?					
	Да, возможна покупка mp3 плеера	Да, возможна покупка фотоаппарата	Да, у них есть и другие товары интересные мне	Да, возможна покупка калькулятора	Нет, предпочитаю специализированные сети бытовой техники
	%				
Telephone.ru	7	12	42	-	39
Альт Телеком	5	8	19	3	65
Беталинк	20	25	27	1	27
Дивизион	14	14	32	-	40
Диксис	7	20	28	1	44
Евросеть	11	28	26	1	34
ИОН	8	22	54	-	16
Мвидео	5	9	75	2	9
Связной	14	25	30	-	31
Телефорум	18	44	25	-	13
Ультра	9	13	50	-	28
Цифроград	17	18	30	-	35
Эльдорадо	3	10	60	-	27

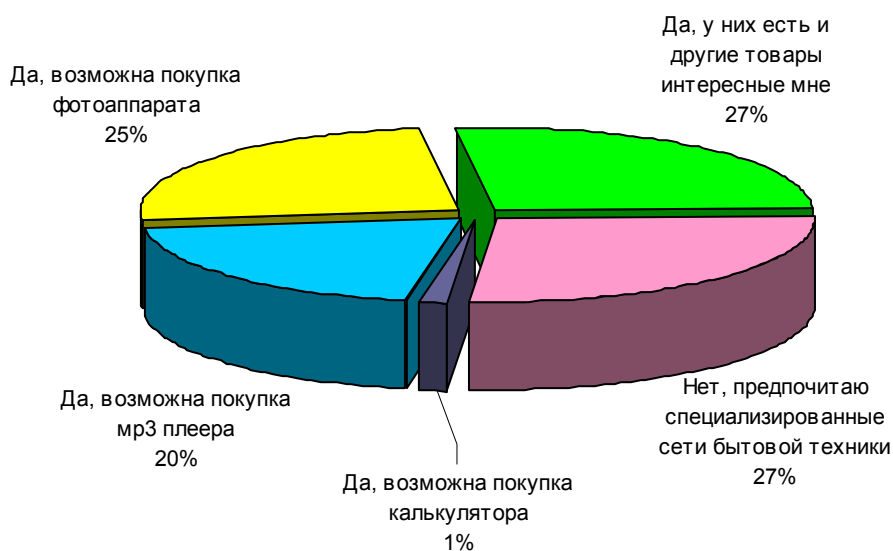


Вы планируете покупку каких-либо товаров в этой сети не связанных с мобильными телефонами? (покупатели Альтиелеком)



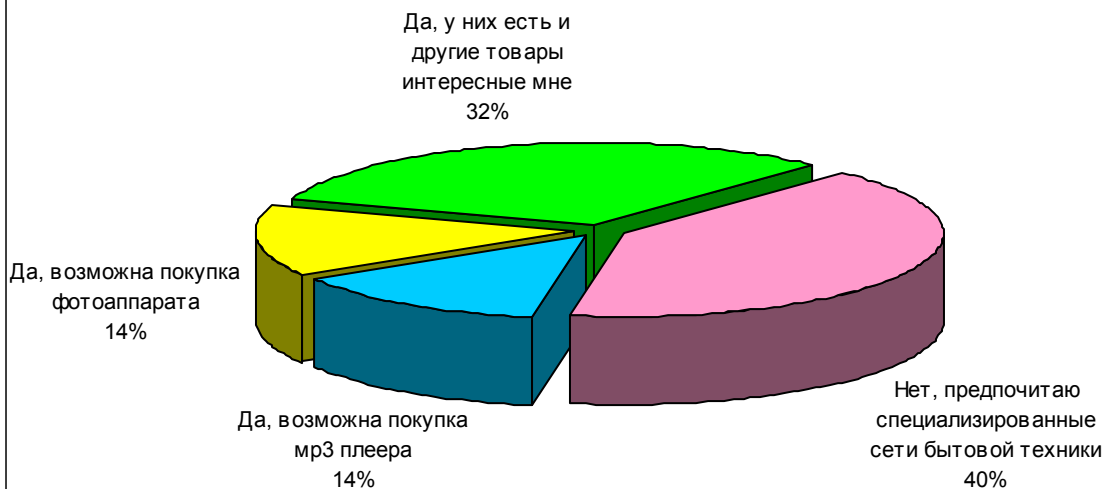
Источник: Mobile Research Group

Вы планируете покупку каких-либо товаров в этой сети не связанных с мобильными телефонами? (покупатели Беталинк)



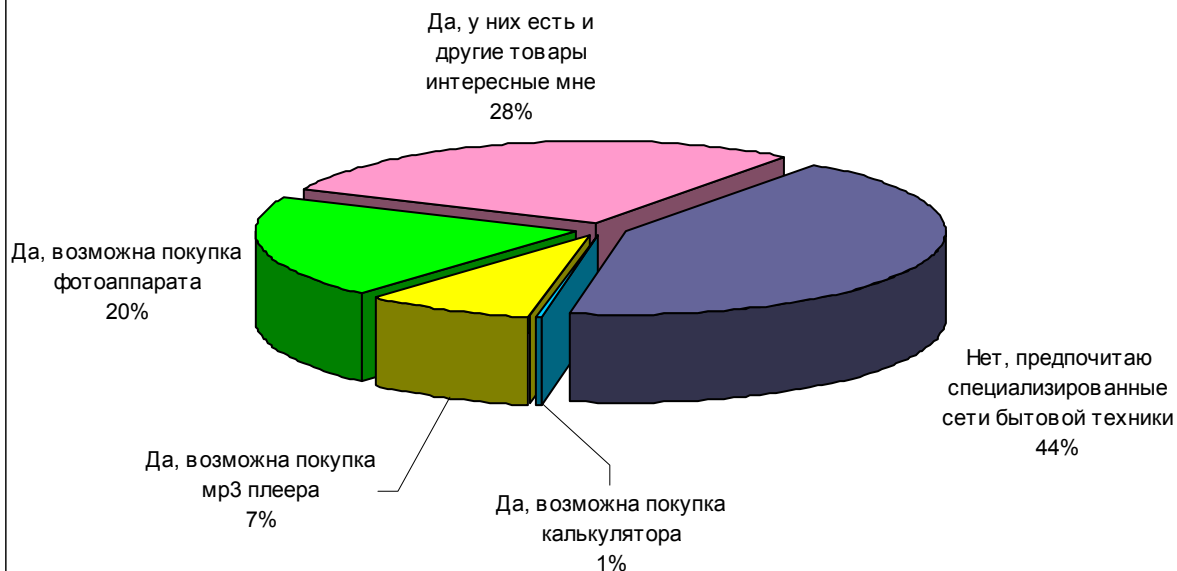
Источник: Mobile Research Group

Вы планируете покупку каких-либо товаров в этой сети не связанных с мобильными телефонами? (покупатели Дивизион)



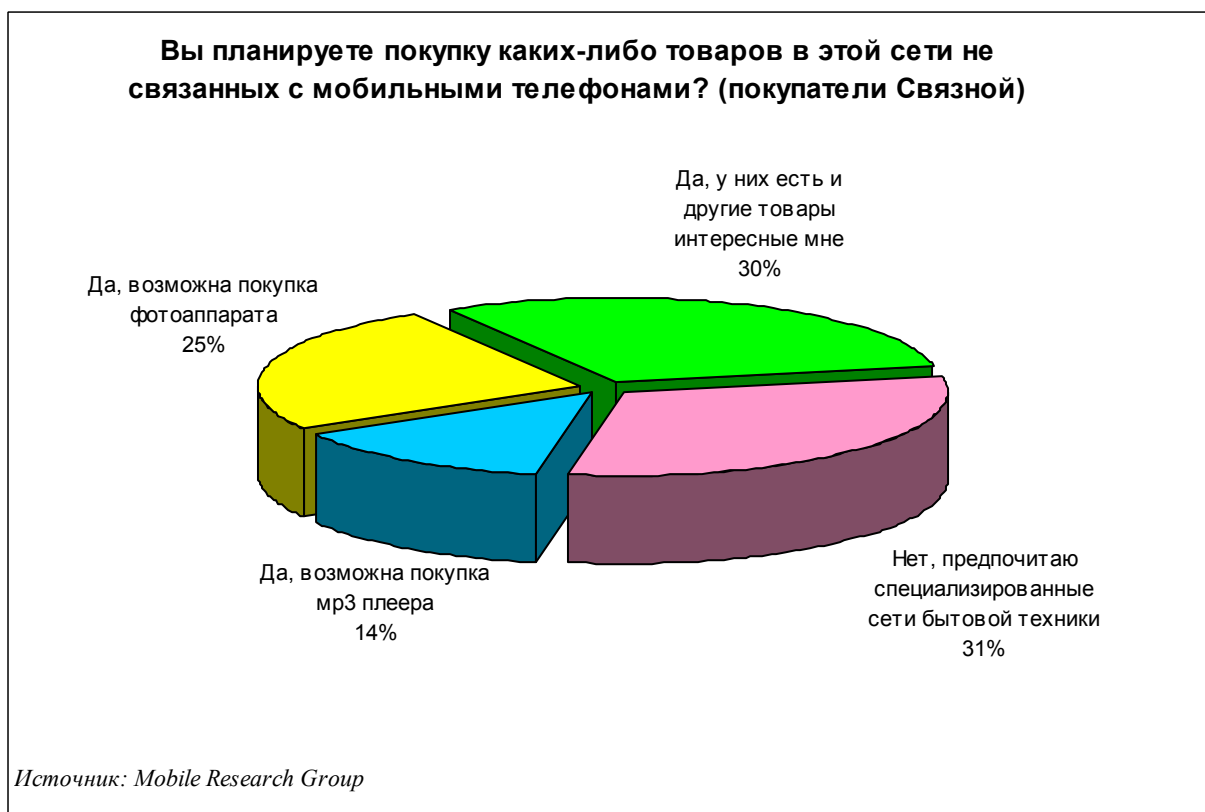
Источник: Mobile Research Group

Вы планируете покупку каких-либо товаров в этой сети не связанных с мобильными телефонами? (покупатели Диксис)

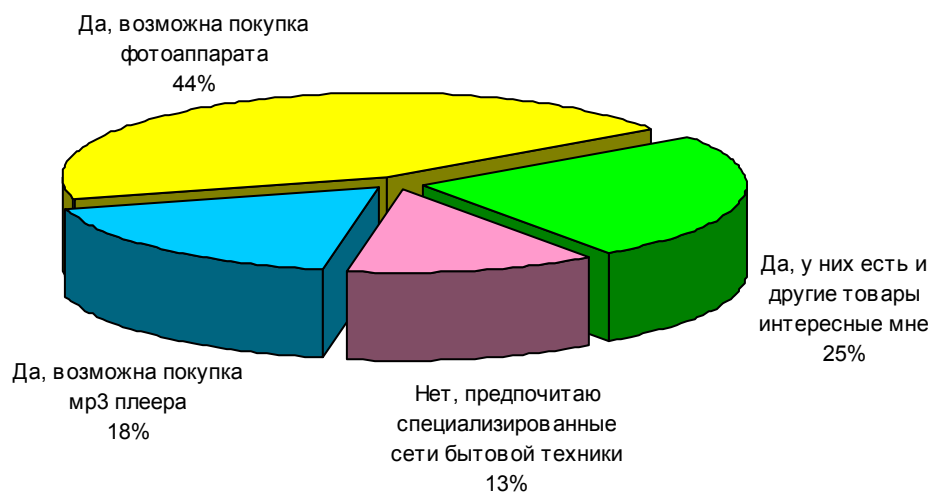


Источник: Mobile Research Group



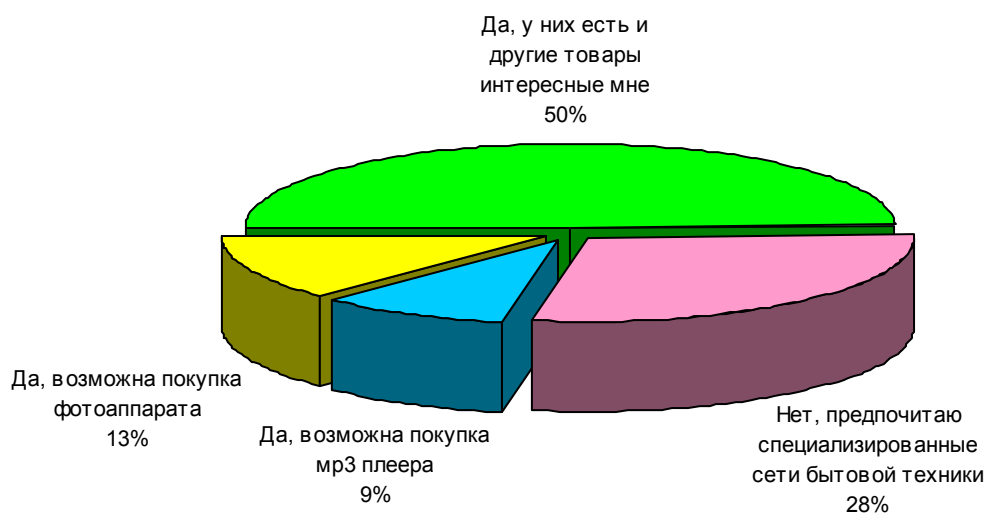


Вы планируете покупку каких-либо товаров в этой сети не связанных с мобильными телефонами? (покупатели Телеформ)



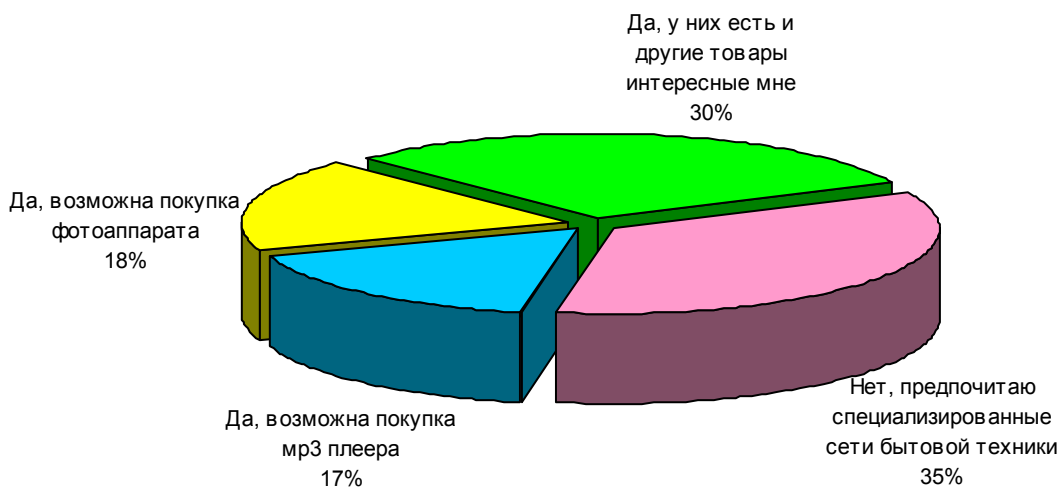
Источник: Mobile Research Group

Вы планируете покупку каких-либо товаров в этой сети не связанных с мобильными телефонами? (покупатели Ультра)



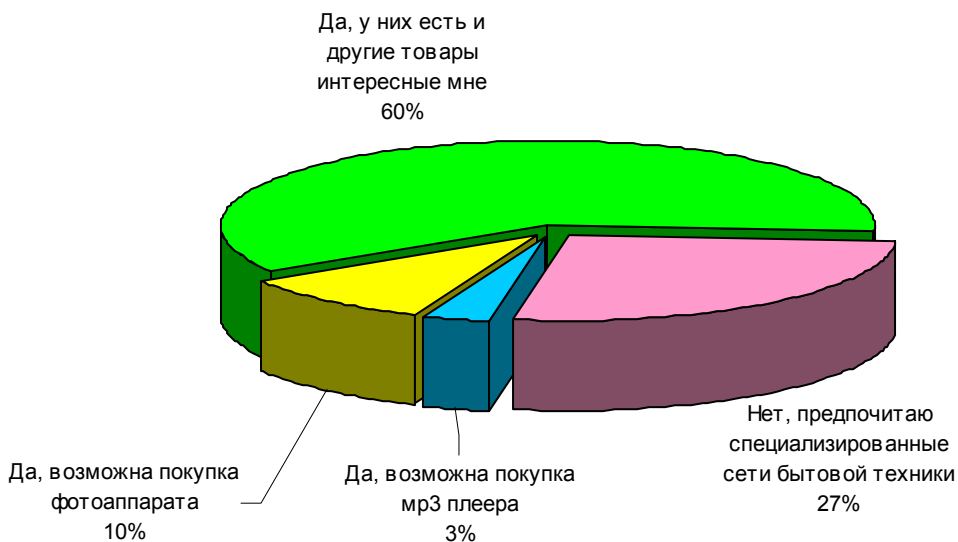
Источник: Mobile Research Group

Вы планируете покупку каких-либо товаров в этой сети не связанных с мобильными телефонами? (покупатели Цифроград)



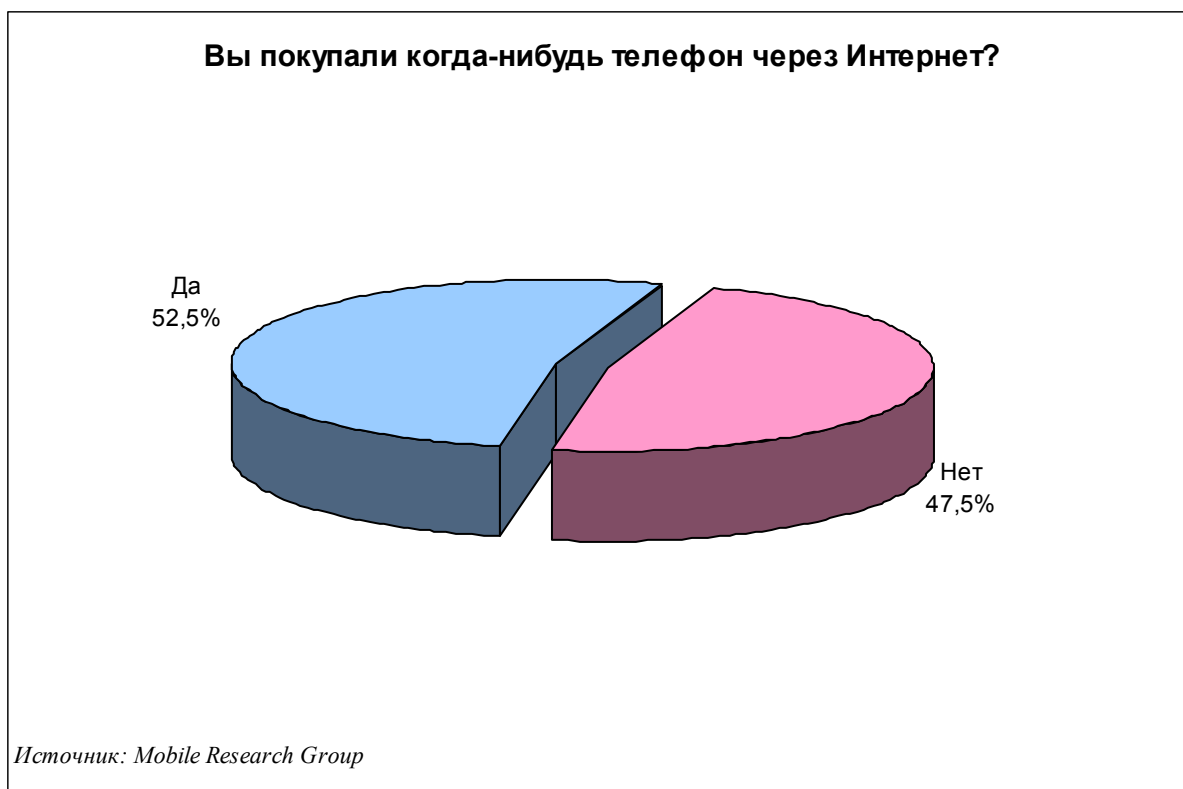
Источник: Mobile Research Group

Вы планируете покупку каких-либо товаров в этой сети не связанных с мобильными телефонами? (покупатели Эльдorado)

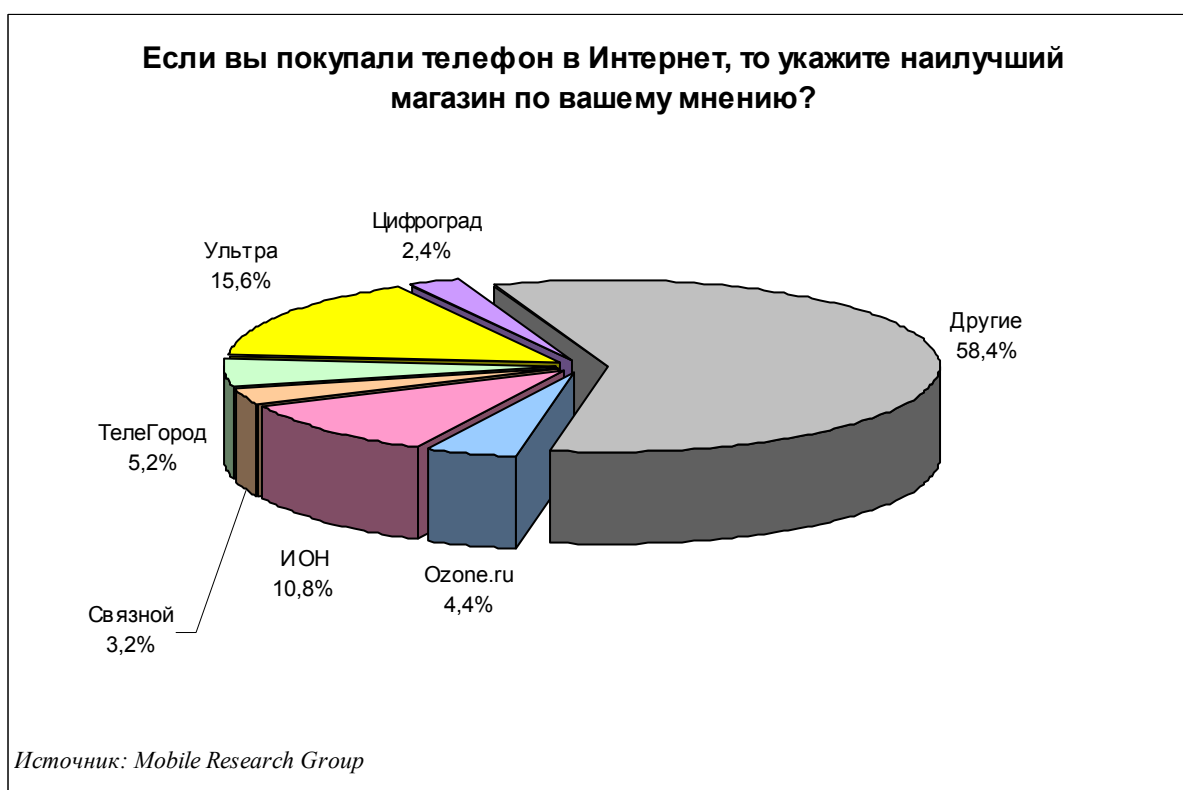


Источник: Mobile Research Group

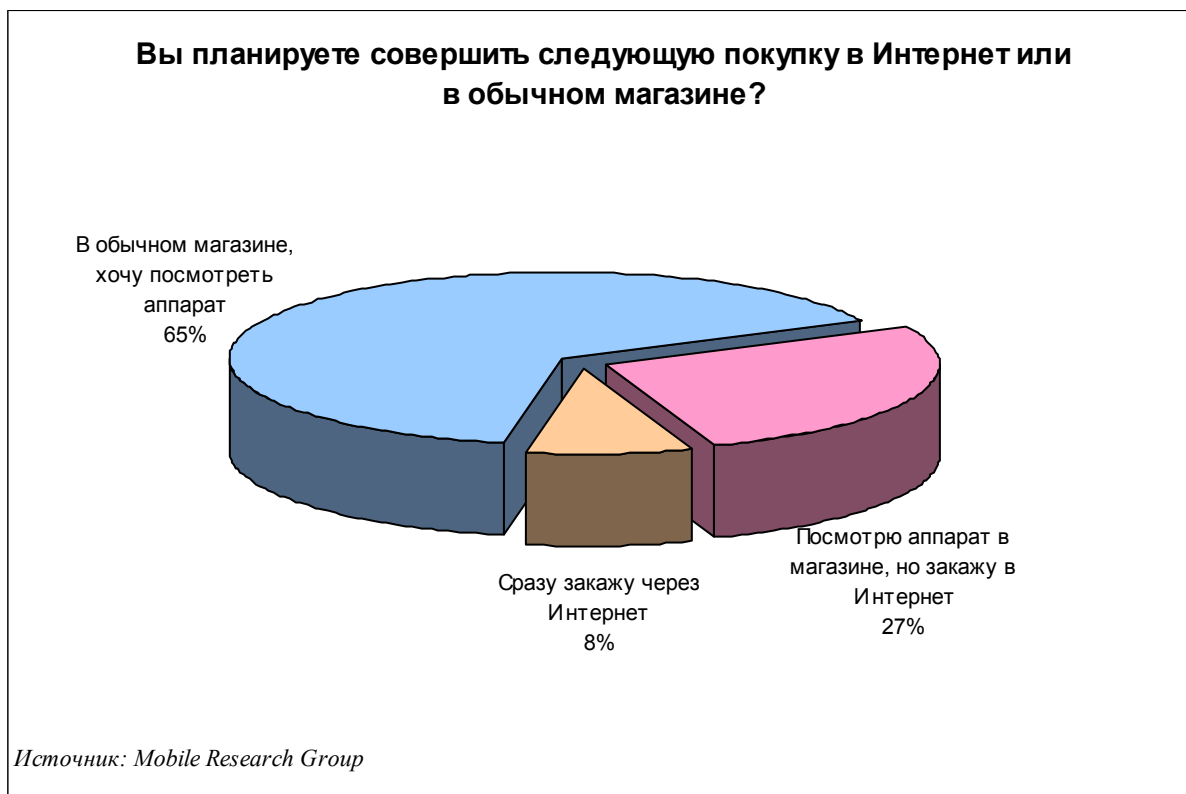
Вы покупали когда-нибудь телефон через Интернет?



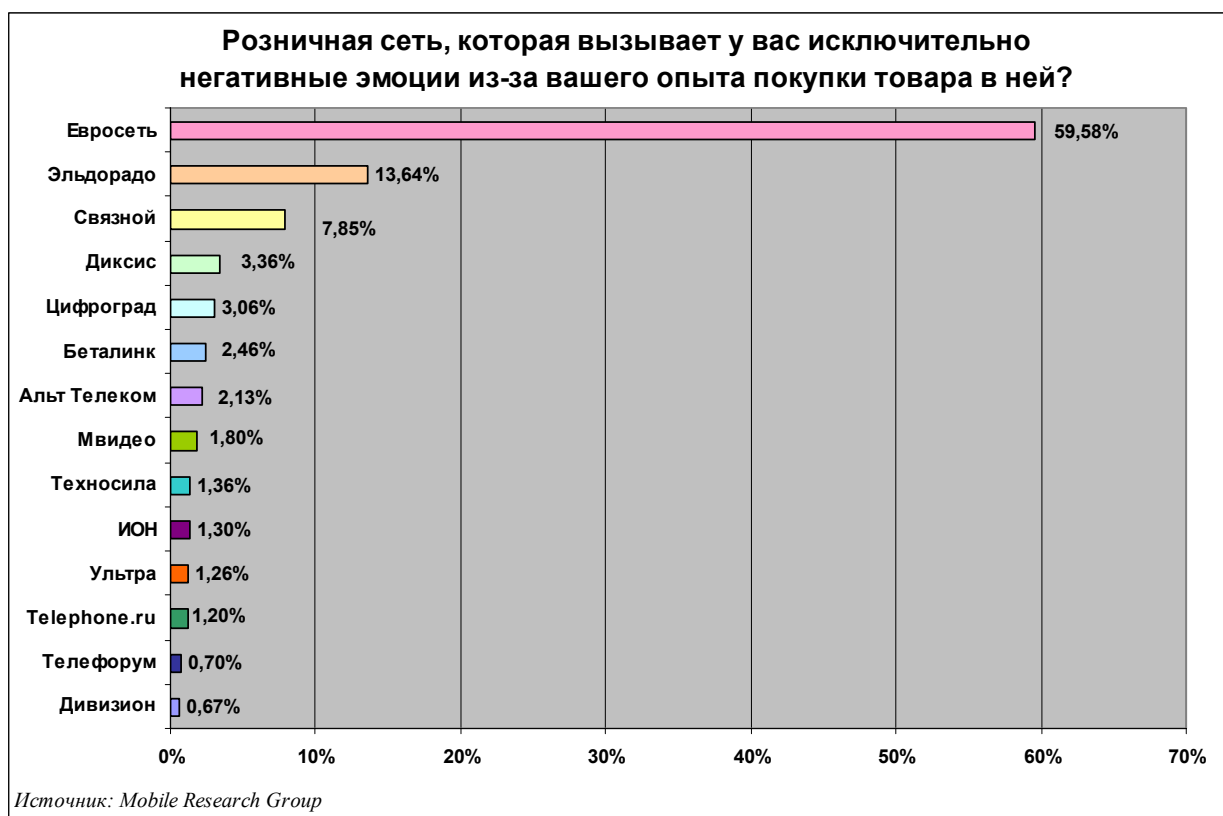
Если вы покупали телефон в Интернет, то укажите наилучший магазин по вашему мнению?



Вы планируете совершить следующую покупку в Интернет или в обычном магазине?



Розничная сеть, которая вызывает у вас исключительно негативные эмоции из-за вашего опыта покупки товара в ней?



Ваши пожелания по улучшению сервиса для розничных игроков

- **Повышение уровня компетентности консультантов** (по мнению покупателей, консультанты плохо знают функции телефонов и других устройств которые продают, особенно это касается аксессуаров, например Bluetooth гарнитур, часто не могут ответить на вопросы посетителей. Например не знают как открывается слот для карты памяти, как работает та или иная функция и т.д.)
- **Знакомить консультантов с новыми моделями** (проводить для консультантов обучение по новым моделям, что бы они могли объяснить и показать как что работает)
- **Консультанты должны знать ассортимент товара имеющегося в наличии в салоне** (покупатели отмечают, что консультанты навсегда знают, что собственно есть в наличии, плохо ориентируются на полках)
- **Повышения уровня обслуживания** (консультанты впадают в крайности, либо вообще не обращают внимание на покупателей, либо бывают слишком навязчивы. Зачастую консультанты бывают невежливы с покупателями)
- **Заметная текучка кадров, как следствие низкий профессионализм консультантов**
- **Отказаться от политики «впаривания» нужных брендов и моделей** (это в большинстве случаев заметно и вызывает негативное впечатление у покупателей)
- **Больше объективности** (консультанты не всегда обращают внимание на пожелания покупателя и предлагают им не тот аппарат, который соответствует запросам покупателя, а тот который надо продать)
- **Информация на ценниках, где обычно указываются основные характеристики модели, должна быть четкой и понятной** (покупатели отмечают, что информация на ценниках часто бывает не понятной или ошибочной, указываются несуществующие функции и т.д.)

- **Побольше акций с подарками покупателям**
- **Увеличить ассортимент**