

## Лояльность пользователей московских провайдеров

11 крупнейших провайдеров занимают 90% рынка

это около 3,6 млн. абонентов

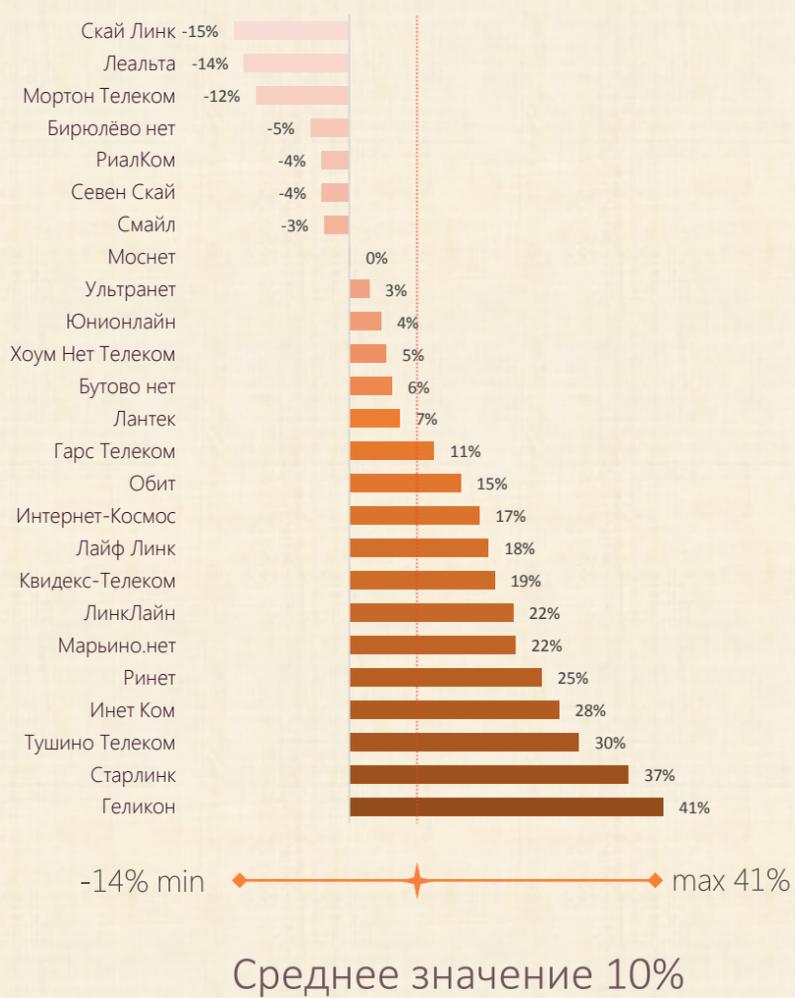
Их индекс лояльности NPS\* изменяется от -20% до +9%



## Провайдеры «второго эшелона», около 400 тыс. абонентов

Небольшие провайдеры лучше относятся к своим абонентам

Их индекс лояльности NPS почти в 2 раза выше

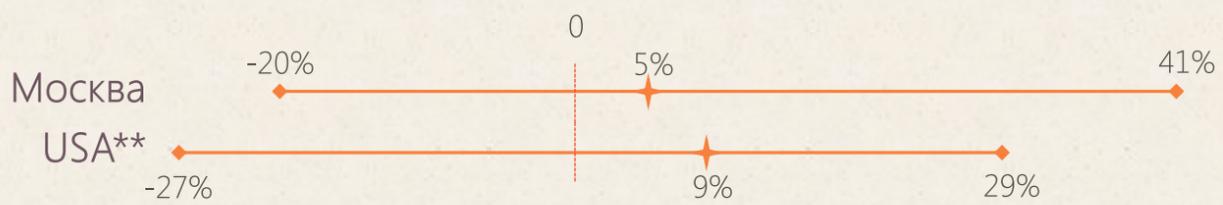


## Основные причины снижения лояльности пользователей

33% скорость соединения ниже обещанной  
27% некачественная работа установщика  
18% низкое качество оборудование  
16% недружелюбная работа оператора  
6% медленная работа техподдержки

Как оказалось, пользователи готовы терпеть многое, но не уменьшение скорости по сравнению с указанной в договоре на их тариф

## Общий средний рейтинг лояльности провайдеров Москвы 5%



\*Net Promoter Score® (NPS®) – система, определяющая истинную лояльность пользователей на основе ответа на вопрос «Какова вероятность того, что вы порекомендуете наши товары/услуги своим друзьям или партнерам?» по шкале от 0 до 10.

Ответы 0-6 приписываются «детракторам», ответы 9-10 – «промоутерам». Разница между вторыми и первыми и является индексом NPS. Более подробно о физическом смысле NPS - на сайте [alhorum.ru](http://alhorum.ru)

\*\*По данным «NPS BY INDUSTRY GROUP» © 2013 Satmetrix Systems, Inc.