

## Заключение по итогам исследования

**Цель исследования:** Мониторинг удовлетворенности абонентов качеством взаимодействия с оператором по основным параметрам: Намерение рекомендовать (NPS), а также удовлетворенность (CSI) качеством голосовой связи, скоростью и качеством мобильного интернета, шириной зоны охвата, тарифом, понятностью списаний, информированием и обслуживанием оператора.

**Период проведения:**  
04.01.24-31.03.24

**Список крупных\* федеральных операторов сотовой связи, участвующих в замере и предоставляющих услуги по следующим брендам:** Йота, Билайн, МТС, Теле2, МегаФон

**География проведения исследования:**

*Алтайский край, Амурская область, Архангельская область/ Ненецкий автономный округ, Астраханская область, Белгородская область, Брянская область, Владимирская область, Волгоградская область, Вологодская область, Воронежская область, Еврейская автономная область, Забайкальский край, Ивановская область, Иркутская область, Кабардино-Балкарская Республика, Калининградская область, Калужская область, Камчатский край, Карачаево-Черкесская Республика, Кемеровская область, Кировская область, Костромская область, Краснодарский край, Красноярский край, Курганская область, Курская область, Липецкая область, Магаданская область, Мурманская область, Нижегородская область, Новгородская область, Новосибирская область, Омская область, Оренбургская область, Орловская область, Пензенская область, Пермский край, Приморский край, Псковская область, Республика Адыгея, Республика Алтай, Республика Башкортостан, Республика Бурятия, Республика Дагестан, Республика Ингушетия, Республика Калмыкия, Республика Карелия, Республика Коми, Республика Марий Эл, Республика Саха (Якутия), Республика Северная Осетия - Алания, Республика Татарстан, Республика Тыва, Республика Хакасия, Республика Мордовия, Ростовская область, Рязанская область, Самарская область, Санкт-Петербург/ Ленинградская область, Саратовская область, Сахалинская область, Свердловская область, Смоленская область, Ставропольский край, Тамбовская область, Тверская область, Томская область, Тульская область, Тюменская область, Удмуртская Республика, Ульяновская область, Хабаровский край, Ханты-Мансийский автономный округ-Югра, Челябинская область, Чеченская республика, Чувашская Республика, Чукотский автономный округ, Ямало-Ненецкий Автономный Округ, Ярославская область*

**Метод сбора данных:**

Непрерывные телефонные интервью на постоянной основе на случайно сгенерированные по def-кодам мобильные номера. Информация о Def-кодах, префиксах и номерной

ёмкости операторов берется с сайта Федерального агентства связи (Россвязь) <http://www.rossvyaz.ru/>. На основе анализа этой информации агентство оценивает размер и долю номерных ёмкостей каждого оператора в каждой области (РО). В результате сопоставления данных о номерной ёмкости операторов и размера необходимой выборки, оценивается количество номеров, необходимых для последующего прозвона (оценка происходит для каждого оператора по каждой области).

Номера генерируются пропорционально номерной ёмкости каждого DEF-кода оператора. Таким образом получаем сгенерированные номера ровно в тех пропорциях, в которых операторы представлены в регионе, а также ровно в тех пропорциях, в которых номерные ёмкости оператора распределены по DEF-кодам. Следовательно, получаем равномерность генерации в любых имеющихся разрезах.

Ежеквартально опрашивается более 65 тысяч абонентов федеральных операторов сотовой связи: Йота, Билайн, МТС, Теле2, МегаФон).

Опрос проводится по анкете, которая содержит скринер, вопросы по пользованию услугами операторов, блок с оценкой оператора в целом, блок оценки групп и параметров взаимодействия и общие сведения: ARPU, время пользования сим-картой и место проживания. В анкету может входить до 5 открытых вопросов для объяснения отдельных оценок абонента (высокие или низкие оценки по приоритетным параметрам). Каждый абонент оценивает все параметры, относящиеся к тем услугам и сервисам, которыми абонент пользовался; порядок параметров ротируется; средняя продолжительность интервью – 11 минут.

#### Как рассчитываются показатели по исследованию:

Для оценки лидерства используются ответы абонентов на вопрос:

**Насколько вероятно, что Вы будете рекомендовать / ОПЕРАТОРА / Вашим близким, знакомым или коллегам? Для ответа используйте шкалу от 0 до 10, где 0 - "Точно НЕ буду рекомендовать", 10 - "Точно буду рекомендовать"**

«Промоутерами» называются абоненты, которые оценили свое намерение рекомендовать на 9 или 10, то есть порекомендуют оператора с большой вероятностью. Доля промоутеров - % оценок 9 и 10 по 10-ти бальной шкале от всех ответов абонентов оператора - показатель, определяющий общую удовлетворенность абонентов и желание рекомендовать оператора.

Для анализа используются доли оценок 9 и 10



Доля тех, кто порекомендует своего оператора родным, друзьям и знакомым с большей вероятностью

## Дизайн исследования NPS Top-Down

### Кто?



- Женщины / Мужчины
- в возрасте 14-65 лет
- Абоненты Big4 и Yota
- (МегаФон, МТС, билайн и Tele2) +Yota
- Россия

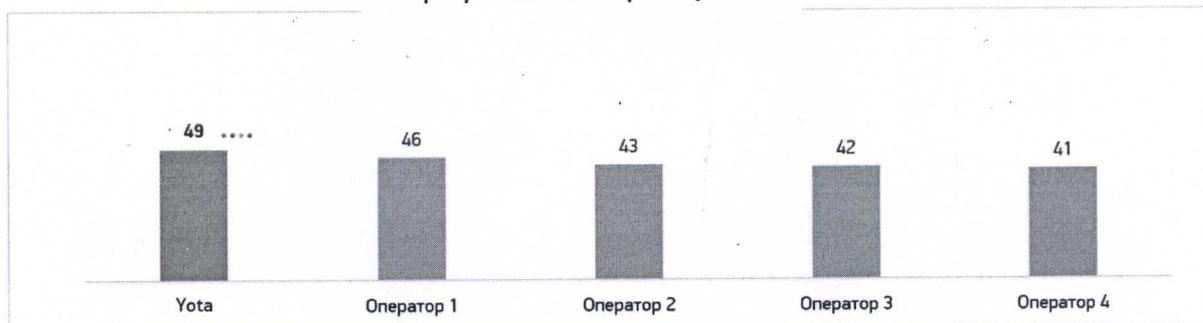
### Как?



- Ежедневный опрос с равномерным набором интервью на РО в квартал
- ~600-800 интервью на каждый РО
- Телефонные интервью на мобильный номер
- Звонки на мобильные номера, полученные путем случайной генерации 7 последних цифр номера в привязке к DEF-кодам оператора в регионе.
- Длительность: ~11 мин

## Результаты:

% промоутеров по РФ по результатам замера в 1Q'24



\*\*\*\* Значимо выше операторов BIG4

\*Абоненты возраста 14-65 лет, % промоутеров (оценили готовность рекомендовать свой бренд на 9 или 10 по 10-балльной шкале)

**Вывод:** Согласно результатам исследования, абоненты Yota чаще рекомендуют своего мобильного оператора (Yota) своим близким, знакомым или коллегам, чем абоненты операторов BIG4.



Гнедков С.В.  
 Генеральный директор ООО «АМР ФДФ»  
 30 мая 2024г.