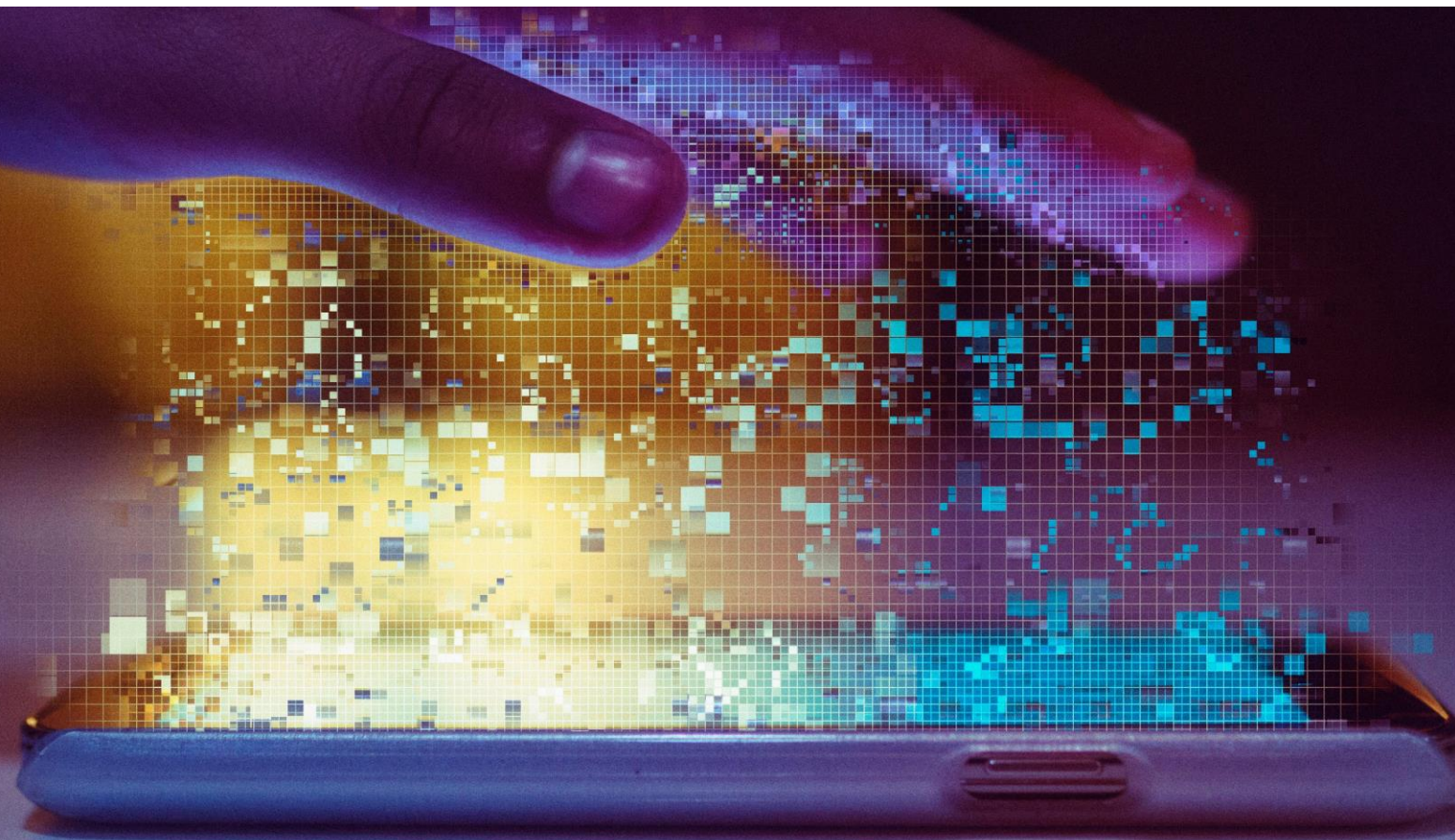


## 2016 年秋季全球 电信客户调研要点



我们对全球 42 个国家或地区的近 21,000 位客户进行了调研，他们占全球人口的 73%，占全球 GDP 的 90%。他们表达了哪些观点？



今天，电信公司面临的主要障碍是客户体验声誉较差，而这已经影响到客户忠诚度。为了深入了解这方面的情况，IBM 商业价值研究院就三个具体方面开展了一项调查：

- 基础（网络）服务特别是视频服务客户体验
- 电信公司与客户建立有意义联系的程度
- 数字信任以及客户与其电信服务供应商共享个人数据的意愿。



# 2016 年秋季全球电信客户调查要点

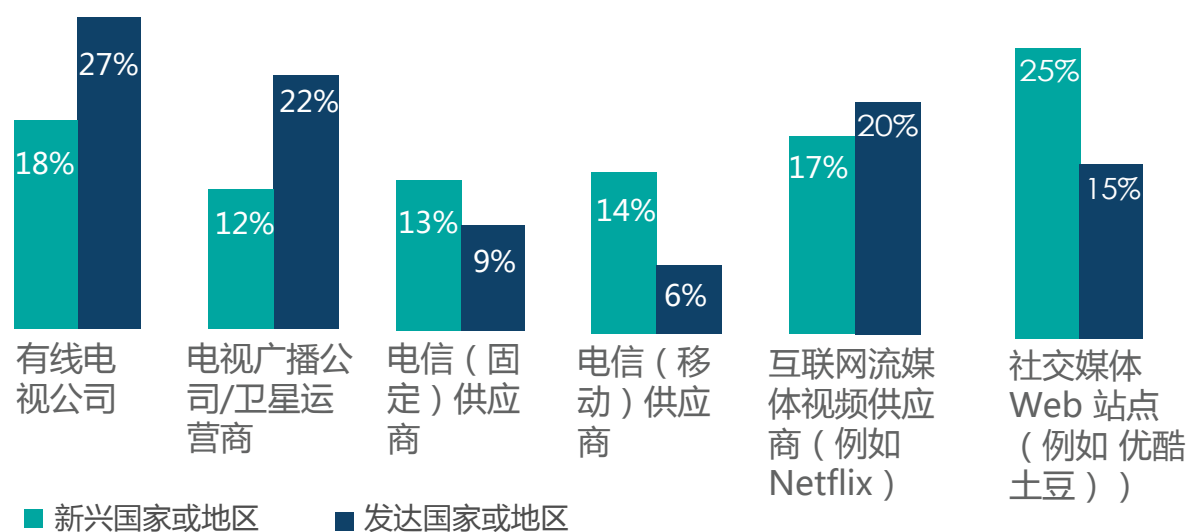


## 一切都关乎于视频

移动互联网正逐渐转变为面向数字化娱乐和社交媒体的视频分发网络。因此，客户体验的定义发生了迅速的变化。

电信公司正在适应这种趋势，并尝试采用新的服务和业务模式。然而，我们的调研结果显示，与其他类型的供应商相比，电信公司并没有高度重视他们的视频服务（见图 1）。

图 1. 电信供应商并未高度重视视频服务



注：表示重视视频供应商的客户

越来越多的客户选择使用移动设备观看视频，但是许多人却表示他们获得的观看体验远远低于期望水平。66% 的受访者表示，他们经常会遇到缓冲问题（见图 2）。尽管视频出现问题的原因有很多，但客户很可能会将责任归咎于电信公司（见图 3）。超过一半的受访者表示，如果视频质量特别糟糕，他们会选择其他电信供应商提供的服务。

图 2. 很多客户通过移动设备观看视频时会遇到各种问题

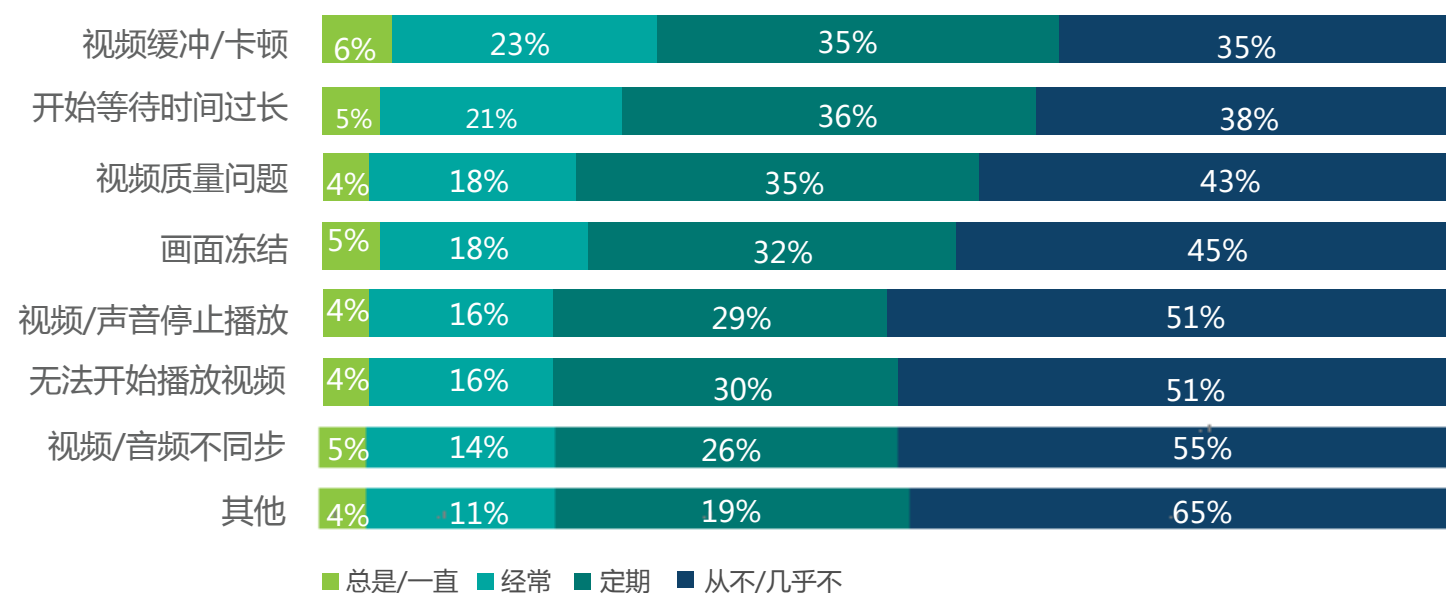
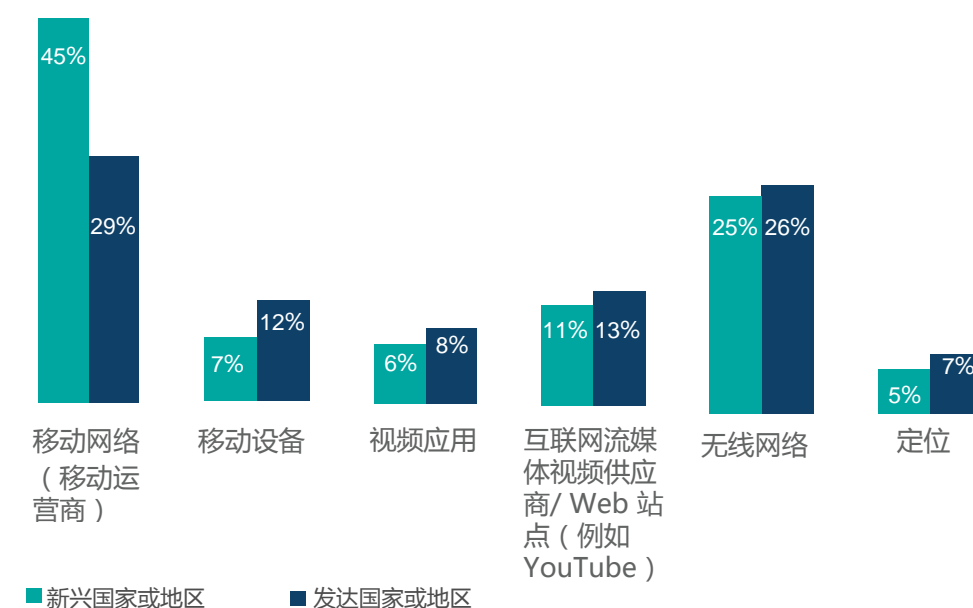


图 3. 许多客户将视频体验欠佳的责任归咎于电信公司



# 2016 年秋季全球电信客户调查要点



## 呼叫中心互动服务质量欠佳

本次调研的客户体验和忠诚度部分显示，电信公司普遍在净推荐值 (NPS) 方面声名狼藉，得分经常在各行业排行列表的最底端。

要让客户满意，其中就包括通过体验为他们带来惊喜，促成情感互动。但是电信公司的现状与理想状态尚存在很大的差距。人们一般认为他们的表现总体良好，但是还不够好（见图 4）。为了获得竞争优势，他们需要能够提供卓越的客户体验。

图 4. “客户体验” 要素评价

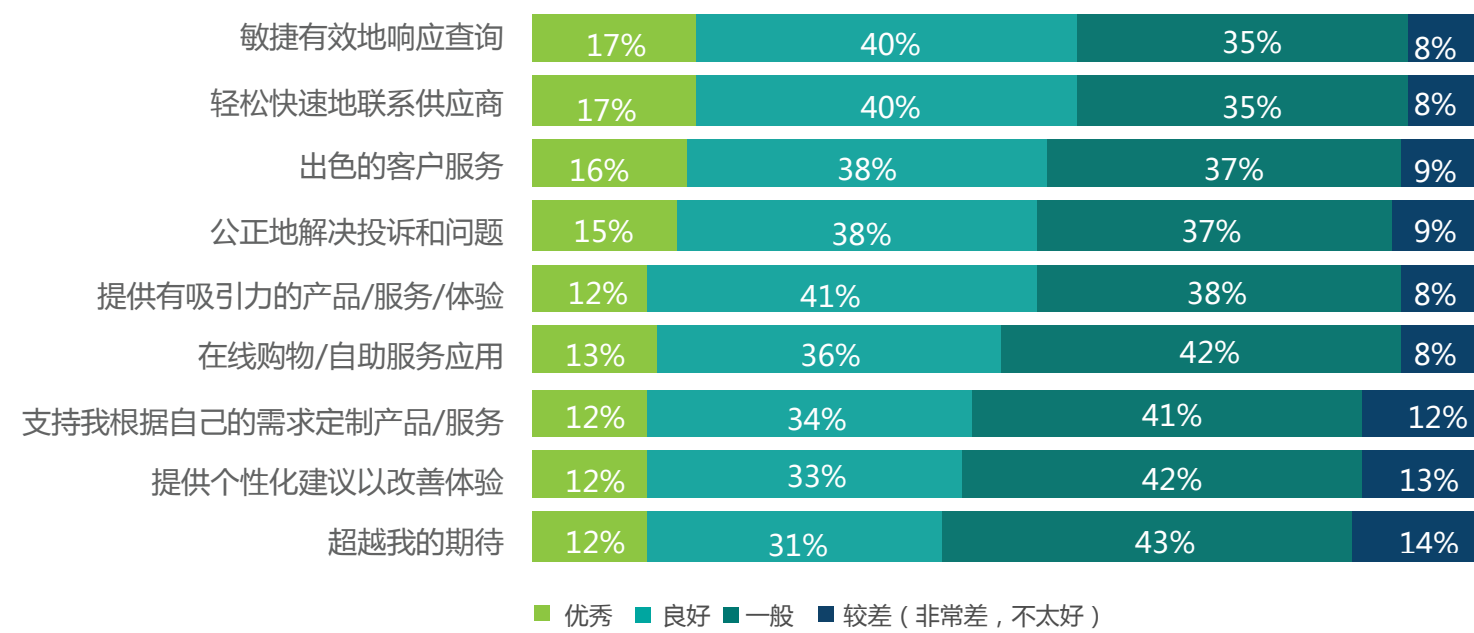
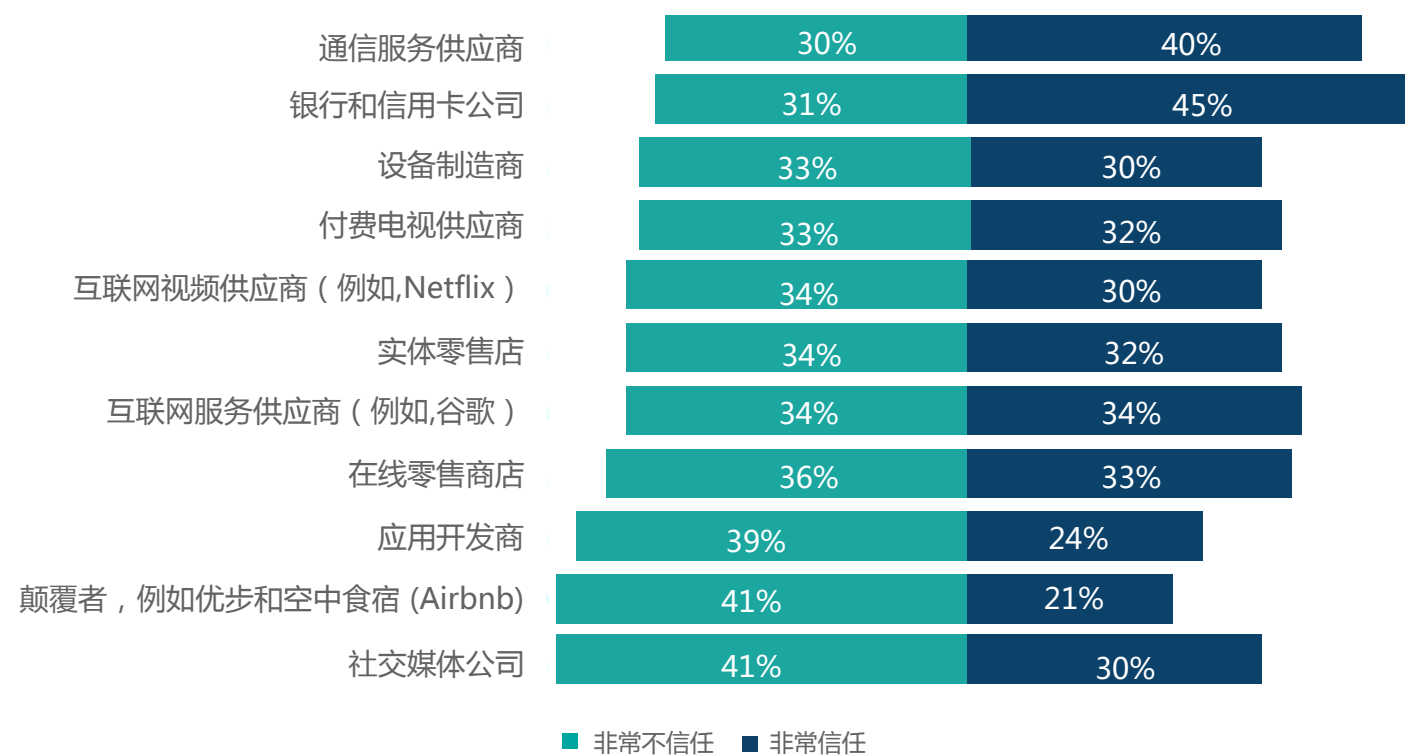


图 5. 客户对不同类型公司的信任度



## 客户关系中的信任线

利用个人数据盈利成为了新的战场。那些可以从个人数据中获取洞察，并为客户创造价值的公司，最终有可能获得竞争优势。这就需要客户对收集并分析其个人数据的公司给予充分的信任。在这一方面，电信公司实际得分最高。在我们的不同业务部门列表中（包括零售商店、社交媒体和其他公司），电信公司和银行是全球最受信赖的公司（见图 5）。



# 2016 年秋季全球电信客户调研要点



如果电信供应商准备在数字生态系统中管理客户数据，那么获得信任势在必行。但是本调研显示，虽然在大多数新兴市场中电信供应商的信任度有所增加，但是在所有受访发达国家或地区市场中，其电信供应商的信任度在过去三年出现了下降（见图 6）。

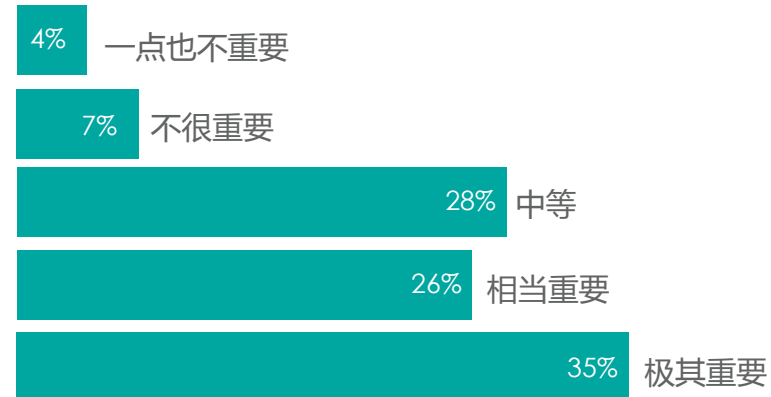
图 6. 过去三年内电信公司客户信任度变化情况



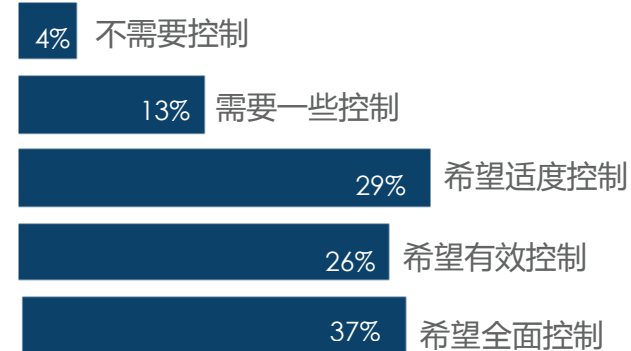
客户纷纷表示，他们对数据收集最主要的担心在于公司将数据出售给第三方（60%）以及无法确保数据安全（45%）。显然，供应商需要将个人数据的使用情况告知客户并允许客户控制自己的数据，这对于客户来说非常重要（见图 7）。

图 7. 告知客户个人数据的使用情况并让其控制数据的重要性

人们希望了解公司使用其个人数据的情况



人们希望控制其个人数据的使用



© Copyright IBM Corporation 2017

IBM Corporation  
Route 100  
Somers, NY 10589

美国出品  
2017 年 2 月

IBM、IBM 徽标、ibm.com 及 Watson 是 International Business Machines Corp. 在世界各地司法管辖区的注册商标。其他产品和服务名称可能是 IBM 或其他公司的注册商标。Web 站点 [ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://ibm.com/legal/copytrade.shtml) 上的“Copyright and trademark information”部分中包含了 IBM 商标的最新列表。

本文档为自最初公布日期起的最新版本，IBM 可随时对其进行修改。IBM 并不一定在开展业务的所有国家或地区提供所有产品或服务。

本文档内的信息“按现状”提供，不附有任何种类的（无论是明示的还是默示的）保证，包括不附有关于适销性、适用于某种特定用途的任何保证以及非侵权的任何保证或条件。IBM 产品根据其所属协议的条款和条件获得保证。

本报告的目的仅为提供通用指南。它并不旨在代替详尽的研究或专业判断依据。由于使用本出版物对任何组织或个人所造成的损失，IBM 概不负责。

本报告中使用的数据可能源自第三方，IBM 并不独立核实、验证或审计此类数据。此类数据使用的结果均为“按现状”提供，IBM 不作出任何明示或默示的声明或保证。

GBE03804CNZH-01