

EY: Consumatorii continua sa cheltuiasca pentru produse si servicii digitale pentru casa, în ciuda crizei (studiu)

Mai puțin de una din cinci gospodarii digitale (16%) si-a redus sau intentioneaza sa își reduca cheltuielile pentru serviciile de banda larga, conectivitate mobila sau streaming, releva un studiu publicat, miercuri, de o companie de consultanta.

Mai puțin de o treime (32%) nu au luat nicio masura pentru a reduce cheltuielile cu continutul de conectivitate si tehnologia de acasa din cauza costului vietii, procentul ajungând la 49% în Marea Britanie, arata studiul Decoding the digital home, realizat de EY.

În cadrul cercetarii au fost interviuati peste 21.000 de consumatori cu privire la atitudinea lor fata de tehnologie, media si telecomunicatiile de acasa din opt tari: Canada, Franta, Italia, Coreea de Sud, Spania, Suedia, Marea Britanie si SUA.

"În ciuda îngrijorarilor tot mai mari în rândul unei parti a consumatorilor cu privire la cresterea preturilor la serviciile de banda larga si streaming/pay-TV (mentionate de 63% si, respectiv, 60% dintre respondenti), raportul calitate-pret perceput ramâne constant de la an la an si a crescut substantial în cazul continutului furnizorilor de banda larga (51%, fata de 41% anul trecut) si produse inteligente pentru casa (40%, fata de 34% anul trecut). Raportul calitate-pret perceput pentru continutul furnizorilor de banda larga este cel mai ridicat în SUA (60%) si în Marea Britanie (55%)", precizeaza autorii studiului.

Conform sursei citate, aceasta atitudine pozitiva este completata de un entuziasm sporit pentru ofertele premium la serviciile de banda larga, consumatorii fiind din ce în ce mai dispusi sa plateasca mai mult pentru un serviciu de mai buna calitate (în crestere cu 6% de la an la an, ajungând la 36%) si pentru conectivitate de rezerva (de asemenea, în crestere cu 6%, ajungând la 35%).

În ceea ce priveste serviciile de streaming, 40% dintre respondenti ar fi dispusi sa plateasca mai mult pentru a avea acces la tot continutul prin intermediul unei singure platforme, ajungând la 50% în SUA si la 51% în rândul persoanelor cu vârste cuprinse între 25 si 34 de ani de pe toate pietele.

"Consumatorii își schimba prioritatile pe masura ce societatea se adapteaza la hiperinflatie, însa ofertele de banda larga si conectivitate au rezistat în multe privinte perturbarilor. Îmbunatatirea perceptiei valorii este încurajatoare pentru furnizorii de conectivitate, ceea ce sugereaza ca clientii rezoneaza bine cu propunerile lor de pachete de servicii. Acest lucru nu numai ca intensifica concurenta, dar prezinta si oportunitati uriase pentru furnizorii care se pot diferentia prin servicii superioare pentru clienti si fiabilitate a retelei prin prisma unor pachete simplificate, care se adreseaza tuturor categoriilor demografice", a afirmat Tom Loozen, EY Global Telecommunications Leader.

În timp ce studiul evidentiaza rezilienta locuintei digitale, noile servicii si produsele emergente pentru locuinte inteligente sunt înca puse la încercare de presiunea asupra cheltuielilor gospodariilor.

Totodata, aproape jumatate dintre consumatori afirma ca, din cauza climatului economic, este mai puțin probabil sa caute noi experiente de conectivitate si continut (43%) si sa adopte noi tehnologii si gadgeturi pentru casa (48%). De asemenea, 56% dintre interviuati spun ca presiunea asupra finantelor i-a facut mai predispusi sa caute cele mai bune oferte de conectivitate sau continut.

În mod similar, ratele de penetrare a tehnologiilor mai sofisticate pentru casa ramân scazute. Niciunul dintre cele

17 dispozitive sau produse prezentate în studiu (inclusiv securitatea inteligentă și asistenții casnici digitali) nu este detinut în prezent de mai mult de una din cinci gospodării, iar nivelurile de adoptare cresc doar ușor de la an la an. În special, prețul atractiv este primul factor care îi influențează pe consumatori atunci când aleg un dispozitiv inteligent pentru casa (40%), iar încrederea în brand se situează imediat după (39%), precizează sursa citată.

"Concurența între serviciile de streaming continuă. Pe măsura ce tot mai multe servicii intra pe piață, există semne de oboseală decizională, 54% dintre respondenți fiind de acord că se confruntă cu prea multe opțiuni între platforme. În timp, 20% dintre cei care consumă servicii de streaming indică faptul că au anulat cel puțin un abonament lunar în ultimele 12 luni, iar 13% intenționează să anuleze unul sau mai multe în viitor", se menționează în document.

Potrivit cercetării, atât peisajul concurențial, cât și presiunile asupra cheltuielilor sunt factori care influențează aceste decizii, 45% dintre respondenți menționând economiile de costuri ca motiv de anulare, în timp ce 31% citează conținutul inadecvat sau preferința pentru servicii de streaming alternative.

Studiul mai evidențiază faptul că fiabilitatea rețelei continuă să reprezinte un motiv de nemulțumire pentru consumatori. Mai mult de un sfert dintre respondenți (26%) declară că au o conexiune de bandă largă la domiciliu care nu este fiabilă, ceea ce reprezintă o ușoară scădere față de 28% în fiecare dintre cei doi ani precedenți.

"Percepțiile legate de datele mobile sunt mai îngrijorătoare: în pofida creșterii nivelurilor de acoperire 4G și 5G, 29% indică faptul că se confruntă des sau foarte des cu o conexiune mobilă nesigură - în creștere de la 24% (2022) și 22% (2021). În general, o treime dintre gospodării (33%) consideră că îmbunătățirea fiabilității conexiunii lor este cea mai mare îmbunătățire a serviciilor pe care ar putea să o facă furnizorul lor", mai arată studiul.

EY furnizează, cu ajutorul celor peste 1000 de angajați din România și Republica Moldova, servicii integrate de audit, asistență fiscală, juridică, strategie și tranzacții, consultanță către companii multinaționale și locale.