

TREI PE-UN SINGUR FIR

Doar 28% dintre gospodăriile din România folosesc cablu TV, internet și telefonie fixă sau mobilă. Proporția crește de la an la an, însă destul de lent, în condițiile în care cei mai mulți dintre consumatori consideră suficiente numai două dintre aceste servicii.

de **ANCA ARSENE**

Când și-a cumpărat un apartament, în urmă cu câteva luni, Cristina Dumitrescu (27 de ani) s-a informat din timp ce furnizori de cablu, internet și telefonie fixă sunt în cartier. „Mă interesa foarte mult să pot lua toate aceste servicii de la un singur furnizor, fiind mult mai comod pentru mine să primesc o singură factură pentru toate”, explică Dumitrescu, director de marketing și comunicare la o firmă de retail. Cu toate acestea, deși în blocul unde s-a mutat sunt disponibile serviciile a doi furnizori mari de cablu, internet și telefonie fixă, Cristina Dumitrescu a preferat pentru serviciile de internet o rețea de cartier. „Pentru că trebuie să fiu în permanență conectată la internet, accesul în rețea îmi este absolut necesar, or, dacă apar probleme, se pot rezolva mult mai repede într-o companie mai mică”.

La ora actuală, moda folosirii a cel puțin două servicii de telecomunicații s-a extins, iar numărul de abonați de telefonie mobilă se apropie de 23 de milioane, peste nivelul populației din România. Însă popularitatea serviciilor de telecomunicații integrate, precum

telefonie fixă și mobilă, televiziunea și internetul, se datorează în principal creșterii numărului de utilizatori de internet, susține Crina Lungu, research manager în cadrul Telecommunication Research, divizia de cercetare în domeniul telecomunicațiilor a Mercury Research.

La finalul lui 2003, numai 13% dintre persoanele cu vârsta de peste 15 ani din România navigaseră pe internet în cursul

28%
PROPORȚIA GOSPODĂRIILOR DIN ROMÂNIA UNDE EXISTĂ SERVICII INTEGRATE

anului, însă anul acesta ponderea a ajuns la 36%, potrivit Mercury Research. Această evoluție a atras după sine o creștere, chiar dacă nu foarte spectaculoasă, a penetrării serviciilor integrate – voce, cablu și internet. Potrivit studiului res!com realizat anual de Mercury Research pe un eșantion de 13.200 de persoane, penetrarea serviciilor integrate a ajuns anul acesta

la un nivel de 28% dintre gospodării, față de 23% la finalul anului trecut și 15% în 2006. Serviciile integrate sunt folosite mai degrabă în gospodării formate din cel puțin doi membri – 17% dintre gospodăriile care au două persoane și 43% dintre cele cu trei persoane le utilizează, în timp ce în 8% dintre gospodăriile în care locuiește o singură persoană sunt instalate telefonie fixă, internetul și cablul TV. Definită însă după zona de rezidență a consumatorilor, răspândirea serviciilor este destul de diferită, în mediul urban la 43% dintre gospodării, în timp ce în zonele rurale, nivelul de penetrare este mult mai mic, de 9% dintre gospodării.

Pe măsură ce serviciile integrate au devenit din ce în ce mai căutate de consumatori, dar și de clienții corporatiști, furnizorii de servicii au încercat să și rafineze tot mai mult strategiile, oferind pachete de servicii triple play – internet, cablu și telefonie fixă - sau chiar quad play, fiind incluse aici și serviciile de telefonie mobilă. „Toti marii furnizori de servicii de telecomunicații din România oferă deja pachete triple play, fie că vorbim de companii precum Orange, Vodafone sau Cosmote, care oferă telefonie mobilă, fixă și internet, fie că vorbim de Romtelecom,

UPC Astral sau RCS&RDS ce oferă telefonie fixă, internet și servicii TV”, observă Crina Lungu.

Miza companiilor este să ofere toate aceste servicii într-un singur pachet și în condiții cât mai atrăgătoare. La finalul lui 2007, aproximativ 32% dintre gospodăriile unde erau instalate telefonie fixă, cablul și internetul foloseau aceste servicii de la un singur operator, procent sensibil mai mare față de anul precedent, potrivit studiului res!com al Mercury Research. Iar potențialul de creștere rămâne destul de mare: numai în ce privește cablul TV, există peste 2,5 milioane de abonați care nu folosesc serviciile de internet și telefonie de la furnizorul lor, potrivit calculelor lui Mircea Ciceo-Lucăcel, directorul general al New Com, unul dintre principalii operatori de servicii triple play sub brandul Injoy, care a achiziționat în ultimul an în jur de 50 de rețele de cartier. Compania estimează pentru anul acesta afaceri de 15 milioane

Compania are 1,1 de milioane de abonați pentru acest serviciu, considerat un factor puternic de creștere pentru celelalte segmente de business ale RCS&RDS și de atragere a clienților, potrivit declarațiilor recente ale lui Ovidiu Ghiman, directorul comercial al operatorului. „Deși este destul de greu de calculat, estimăm că aproximativ jumătate dintre clienți folosesc mai mult de un serviciu din oferta companiei”, spune Ghiman.

RCS&RDS nu e singurul operator de telecomunicații care oferă cele patru servicii integrate. Romtelecom și Cosmote au de mai multă vreme oferte comune, în condițiile în care au același acționar principal – grupurile OTE și Deutsche Telekom, și au lansat recent o nouă ofertă pentru companii. La rândul său, Orange s-a aliat la începutul acestui an cu UPC, pentru a adăuga serviciul de cablu TV la cele de telefonie mobilă, telefonie fixă și internet. Cu alte cuvinte, competiția între furnizorii de servicii triple play sau quad

„ROMÂNIA ESTE O ȚARĂ A PREȚURILOR MICI, CEEA CE EXPLICĂ DE CE ALEGEREA UNUI OPERATOR SE FACE FOARTE MULT ÎN FUNCȚIE DE PREȚ.”

MIRCEA CICEO-LUCĂCEL, NEW COM

de euro, urmând ca în 2009 să atingă pragul de 20 de milioane de euro și un profit operațional de cel puțin 20%.

„Tendința consumatorilor de a se orienta către un singur operator care le poate oferi mai multe servicii pe aceeași infrastructură este vizibilă, motivația fiind simplă: costuri mai reduse și timp alocat mai mic pentru relaționarea cu un singur operator”, apreciază Ciceo-Lucăcel. Compania numără în prezent în jur de 135.000 de abonați, dintre care 75% la internet, dar se așteaptă ca până la finalul anului viitor să atingă pragul de 250.000 de clienți, mai ales că „avem în plan să mai achiziționăm alte rețele de cartier cu cel mult 10.000 de abonați”, spune Ciceo-Lucăcel. Planurile de achiziții sunt susținute în principal de faptul că în prezent există cel puțin 20 asemenea operatori care numără între 5.000 și 20.000 de abonați fiecare.

Competiția în segmentul serviciilor integrate a intrat în ultima perioadă tot mai mult pe piața pachetelor de quadruple play, mai ales după oferta RCS&RDS, care a lansat oficial la finalul anului trecut serviciul de telefonie mobilă DigiMobil.

play se mută acum la nivel de conținut al ofertei, aici fiind incluse prețul, extraopțiunile, serviciile adiționale sau noile avantaje pentru clienți.

„Clienții nu sunt neapărat interesați de furnizor, ci de serviciile pe care le primesc în schimbul unei sume de bani pe care sunt dispuși să o plătească”, argumentează Ionuț Ioniță, director coordonator de vânzări al Romtelecom pentru clienții persoane fizice. Așa explică Ioniță de ce companiile investesc pentru a gestiona mai ușor relațiile cu clienții și pentru a consolida brandul în ochii acestora din urmă.

Una dintre strategiile adoptate de operatori pentru a atrage clienți noi, dar și pentru a-i reține pe cei deja existenți și tentați de concurență este reducerea prețurilor. „România este o țară a prețurilor mici, ceea ce explică de ce alegerea unui operator se face foarte mult în funcție de preț”, afirmă Mircea Ciceo-Lucăcel de la New Com. Iar faptul că pachetele integrate de servicii costă mai puțin față de serviciile cumpărate separat e un factor în plus care-i convinge pe oameni să le prefere pe primele. ■