

Chcąc jak najlepiej rozumieć potrzeby klientów, Emporia przeprowadziła badanie konsumentów, w którym zapytano ankietowanych, kto podejmuje decyzję w sprawie zakupu telefonu komórkowego.

Badanie zrealizowano na reprezentatywnej próbie 1075 osób. Respondentami były osoby w wieku powyżej 30 lat.

Ponad czterech na dziesięciu badanych (40,9 proc.) posiadających telefon komórkowy wybrało go samodzielnie. Prawie jedna czwarta przyznaje, że ktoś im go wybrał (24,6%) lub, że otrzymali go za niewielką opłatą przy podpisaniu umowy. Prawie jedna dziesiąta (9,5 proc.) dostała telefon od kogoś, kto przestał go używać. Fakt, że ktoś wybrał respondentowi telefon jest związany z jego wiekiem. Do takiego sposobu pozyskania telefonu przyznaje się 31 proc. osób z najstarszej kategorii wiekowej i tylko 17,3 proc. spośród najmłodszych.

Osoby, które zadeklarowały, że ktoś wybrał im telefon w 57,7 proc. przypadków odpowiadają, że zrobiło to ich dziecko. Jest to zgodne z faktem, że telefon jest wybierany przez inne osoby głównie starszym respondentom. Dla 3 z 4 osób powyżej 65 roku życia telefon wybierają dzieci. To ponad 20 punktów procentowych więcej niż w grupie osób pomiędzy 50 a 65 rokiem życia.

W ponad jednej piątej (21,4 proc.) osobą wybierającą był partner, a w prawie jednej piątej (18,9 proc.) ktoś inny. Tylko w 2 proc. przypadków jest to telefon firmowy. Wybieranie telefonu przez dziecko jest częstsze w przypadku mężczyzn (68,3 proc.) niż kobiet (52,6 proc.). Natomiast w przypadku kobiet bardziej popularne niż w przypadku mężczyzn jest wybieranie telefonu przez partnera.

Dzieje się tak w przypadku 27,8 proc. kobiet i tylko 7,9 proc. mężczyzn, co oznacza, że decyzje w sprawie telefonu częściej podejmują mężczyźni.

Badanie potwierdziło założenia firmy Emporia, która określiła swoją grupę docelową jako podwójną: osoby starsze, które potrzebują prostych w obsłudze telefonów komórkowych oraz ich najbliższych, którzy często pomagają podjąć decyzje zakupowe.

Komunikacja z tymi dwiema grupami jest różna. Emporia angażuje Seniorów w dialog z marką już od samego początku procesu tworzenia telefonu. To dzięki temu telefony Emporia spełniają oczekiwania osób, które szukają prostego urządzenia, które ma ułatwiać kontakt, a nie stanowić barierę techniczną. Telefony są prezentowane na różnego rodzaju imprezach i targach dla konsumentów w wieku 50+, gdzie każdy może sprawdzić, jak proste może być korzystanie z telefonu komórkowego.

Drugim kanałem komunikacyjnym to edukowanie rodzin Seniorów. Jak wynika z badania to oni często pomagają podjąć decyzję w sprawie zakupu nowego telefonu, albo wręcz sami go kupują. Nie zawsze jednak rozumieją potrzeby swoich rodziców czy dziadków. Brak wiedzy na temat percepcji osób starszych (wady wzroku, słabszy słuch, osłabiona motoryka, niezrozumienie skomplikowanych rozwiązań technicznych) często skutkuje podejmowaniem nietrafionych decyzji zakupowych. Nietrafionych, ponieważ niemożliwych do opanowania przez osobę starszą, a co za tym idzie bezużytecznych.

Emporia stara się prowadzić dialog z każdą z grup, aby podnosić świadomość przyjaznych rozwiązań technologicznych, które są dostępne dla każdego.

Emporia Telecom