

新大调查：疫情加大服务需求 不堪网络流量激增 电信业者客户满意度下滑

陈美谕 报道
tanmeiyu@sph.com.sg

冠病疫情加深了人们对移动通信和宽带网络服务的依赖，但业者因不堪重负导致客户满意度下滑。

新加坡管理大学下属的卓越服务研究院前天公布了针对零售和资讯通信业的2021年第一季度全国客户满意指数（Customer Satisfaction Index of Singapore）报告。共有5050名消费者在1月至4月之间参与了问卷调查。

这项满分为100分的调查发现，在所有移动通信供应商当中，第一通（M1）的评分跌幅最大，从去年的71.5分跌至68.6分。星和（StarHub）从72.1分下降至70.2分，新电信从71.5分减少至69.1分。

宽带网络服务方面，第一通得分也最低（66.2分），接着是新电信（66.4分）以及星和（68.0分）。

新大研究院研究与咨询主任



陈勇畅在线上记者会解释这些调查结果时说：“顾客的负面反馈很可能是由于疫情中更多人在家工作和娱乐，导致对网络流量需求激增，电信业者不胜负荷，因此影响了消费者的满意度。”

对传统移动网络运营商忠诚度高于新入场业者

不过，消费者对传统移动网络运营商的忠诚度仍比近几年才进入市场的流动虚拟网络运营商来得高，并一般认为前者的信誉和客户奖励计划都更具吸引力。

陈勇畅指出，流动虚拟网络

运营商都依靠现有电信公司的基础设施，又缺乏实体店面和客服中心，而且从一开始就以高流量、低价和无合同绑定作为卖点。这使顾客们更关注价格，加上客服体验不及预期，因此客户“黏性”、也就是忠诚度偏低。

串流平台表现超过付费电视

随着串流平台的普及，付费电视的顾客逐年减少，从2015年高峰的96万用户滑落至去年69万6000个用户。

无论是顾客满意度、满足顾

客期望，以及服务质量，串流平台的表现都超过付费电视。最让顾客满意的三个串流平台是Apple TV+、Viu Premium和Netflix。

除了电商业者的评分下降2.4分至71.1分外，百货公司、服饰店和超级市场等零售业者表现都有所提升。

其中，消费者对超级市场的评分增加3.8分，达72.8分，原因包括更好的付费流程、店面清洁程度和职员的服务水平等。

虽然多数受访者还是会到百货公司和服饰店的实体店购物，但消费者的购物行为整体趋向数码化。与只有实体店相比，当零售业者也提供数码购物渠道时，顾客满意度会更高。

至于为何电商领域发展蓬勃而顾客却不甚满意，研究院执行总监妮塔·拉切曼达斯（Neeta Lachmandas）说，该领域竞争激烈，业者们争相推出越来越多功能的网站和手机应用，消费者难免会在使用时感到困惑。