

Karlskrona 12 september, 2005

Sifo-undersökning visar:

– Svenskarna efterlyser renhårigare mobilabonnemang

Vodafone inför prisförsäkran

Prisförsäkran är ett nytt grepp som Vodafone tar för att göra det ännu bättre för sina kunder och för att utmana konkurrenterna. Prisförsäkran innebär att alla kunder som har Vodafone Abonnemang eller köper Vodafone's nya kontantkort (lanserat idag) automatiskt följer med vid framtida sänkningar av minutpriset. En aktuell SIFO-undersökning visar att en stor del av svenskarna är ovetande om de villkor de skrivit under i abonnemangsavtalet. Många mobilkunder ligger därför kvar på högre samtalsavgifter trots att priserna har fallit kraftigt de senaste åren.

Prisförsäkran innebär att Vodafone's framtida sänkningar av minutpriser inom Vodafone Abonnemang och Vodafone Kontantkort automatiskt kommer samtliga kunder till del som har detta abonnemang eller kontantkort. Som konsument hos Vodafone behöver man därmed inte hålla utkik efter nya abonnemangsformer för att omfattas av lägre minutpriser vid sänkningar.

– Vi har redan förbättrat för konsumenten genom att införa samma minutspris till alla operatörer dygnet runt, svenskt minutspris utomlands och länge erbjudit en kundsupport som nås dygnet runt. Med prisförsäkran ovanpå detta kan våra kunder lita på att de har vårt bästa minutpris vilket gör oss till det attraktivaste alternativet för svenska mobilkunder, **säger Grahame Maher, vd, Vodafone Sverige.**

Vodafone inleder idag en stor kampanj kring hela sitt konsumenterbjudande och riktar sig både till nya och befintliga kunder.

– Vi har kontinuerlig kontakt med våra kunder för att upplysa dem om våra nya erbjudanden och nu intensifierar vi den kontakten ytterligare för att få ännu fler att upptäcka hur marknaden har ändrats de senaste åren. Annars finns risken att kunder ligger kvar på sämre abonnemang än vad de borde ha, säger Grahame Maher.

69 procent vet aldrig vad det kostar

I en aktuell Sifo-undersökning som gjorts på uppdrag av Vodafone anser 78 procent av mobilanvändarna att det är viktigt eller mycket viktigt att mobiloperatörernas prissänkningar gäller alla kunder. 54 procent av mobilanvändarna ser det som så pass naturligt att de till och med felaktigt tror att de automatiskt får del av de prisändringar som deras operatör annonserar om oavsett vilket abonnemang de har. Endast 15 procent agerar själv aktivt och ser till att byta avtalsform när ett mer förmånligt erbjudande dyker upp.

På frågan om man alltid vet vilket minutpris som gäller när man ringer med sin mobiltelefon svarade 69 procent "nej, aldrig" och 14 procent "ibland". Okunskapen är störst bland de äldre användarna då 75 procent bland personer 50-64 år och 80 procent för personer över 65 år aldrig vet vilket minutpris som gäller, jämfört med 58 procent av personer 15-29 år. Att okunskapen är bred kan ha sin förklaring i att majoriteten av svenskarna (65 procent) byter mobilabonnemang så sällan som vart fjärde år.

Vodafone lanserade i april i år Vodafone Abonnemang som har enhetligt minutpris - för närvarande 79 öre/minut - till alla man ringer, oavsett operatör eller tid på dygnet. Även Vodafones nya kontantkort som lanseras idag erbjuder enhetligt minutpris (också 79 öre i minuten, om kortet laddas månatligen).

Med Vodafone Passport införde Vodafone svenska samtalspriser i utlandet vilket har blivit en succé hos operatörens kunder. Och satsningen har också stöd i Sifo-undersökningen då 51 procent tycker att det är viktigt eller mycket viktigt att kunna ringa för samma minutpris utomlands som hemma. Likaså finns det en stor förankring i att kunna förutse sin mobilräkning genom att man alltid betalar samma pris oavsett vem eller när på dygnet man ringer då 66 procent anser detta vara viktigt eller mycket viktigt. Att få hjälp, och kunna få svar på frågor hos kundsupport dygnet runt tycker 52 procent är viktigt eller mycket viktigt. Särskilt hos de yngre mobilanvändarna 15-29 var detta eftertraktat (65 procent).

Om undersökningen

Undersökningen genomfördes av Sifo på uppdrag av Vodafone. 1000 personer telefonintervjuades under perioden 25-28 juli 2005.

För mer information kontakta:

Paul Moonga, Marknadsdirektör, Vodafone Sverige

Telefon: 0734-25 26 28, e-post paul.moonga@vodafone.com

Johan Holmgren, informationschef, Vodafone Sverige,

Telefon 0708-33 14 00, e-post: johan.holmgren@vodafone.com