

2. Klienci

2.1. Plany rozwoju

2.2. Komunikacja z Klientami

2.3. Badania satysfakcji Klienta

2.4. Ochrona prywatności

2. KLIENCI

Spółki należące do Grupy Kapitałowej ENEA obsługują ponad 2,4 mln Klientów. Zgodnie ze *Strategią Korporacyjną Grupy Kapitałowej ENEA na lata 2010 – 2015 z perspektywą do 2020 roku* do priorytetów Grupy należą działania na rzecz usprawniania jakości obsługi Klientów i efektywności dostarczania im usług.

Podstawową działalnością Grupy Kapitałowej ENEA jest handel, wytwarzanie oraz dystrybucja energii elektrycznej. Spółki wchodzące w jej skład zajmują się także świadczeniami usług z zakresu elektroenergetyki, obsługą Klientów oraz działalnością dodatkową wspierającą jej funkcjonowanie.

Spółka ENEA S.A. zajmuje się hurtowym obrotem oraz sprzedażą energii elektrycznej odbiorcom końcowym indywidualnym oraz instytucjonalnym. Spółka posiada biura sprzedaży w Bydgoszczy, Gorzowie Wielkopolskim, Poznaniu, Szczecinie i Zielonej Górze. ENEA S.A. sprzedaje energię elektryczną również Klientom przyłączonym do sieci innych operatorów niż ENEA Operator. W 2012 roku spółka sprzedała takim Klientom około 3,1 TWh energii. W imieniu i na rzecz ENEA S.A. obsługą Klienta indywidualnego zajmuje się spółka ENEA Centrum.

2,1 mln Klientów indywidualnych

0,3 mln Klientów instytucjonalnych (w tym przedsiębiorstwa, samorzady)

ENEA Operator dostarcza energię elektryczną do ponad 2,4 mln Klientów w zachodniej i północno-zachodniej Polsce. Spółka działa na obszarze 58 213 km², na terenie 6 województw: wielkopolskiego, zachodnio-pomorskiego, lubuskiego, kujawsko-pomorskiego oraz, w niewielkiej części, dolnośląskiego i pomorskiego.

PROGRAM ZGODNOŚCI ENEA OPERATOR

Fakt pełnienia funkcji niezależnego operatora systemu dystrybucyjnego nakłada na ENEA Operator szczególne obowiązki. Dlatego, zgodnie z art. 9d ust. 4 Ustawy Prawo energetyczne, opracowaliśmy i stosujemy Program Zgodności.

Celem przyjętego przez nas Programu Zgodności jest zapewnienie równego i niedyskryminacyjnego traktowania użytkowników systemu oraz potencjalnych użytkowników systemu dystrybucyjnego. Program Zgodności obowiązuje od dnia 30.06.2011. Został przyjęty Uchwałą Zarządu ENEA Operator Sp. z o.o. z dnia 21.03.2011, a następnie zatwierdzony przez Prezesa URE decyzją nr DPK-7124-9(5)2011/MiKo z dnia 30.03.2011.

Obszary, w których ENEA Operator Sp. z o.o. gwarantuje równie traktowanie i niedyskryminację to:

- przyłączanie do sieci dystrybucyjnej,
- świadczenia usług dystrybucyjnych i zmiany sprzedawcy,
- realizacja skarg i reklamacji,
- likwidacja zakłóceń i awarii,
- udostępnianie danych pomiarowych służących do rozliczeń, bilansowania, i rozliczania niezbilansowania użytkowników systemu,
- ochrona informacji sensytywnych,
- udostępnianie informacji użytkownikom systemu i potencjalnym użytkownikom systemu.

 Pełna treść Programu jest dostępna na stronie www.operator.enea.pl

W 2012 roku Grupa Kapitałowa ENEA nie zanotowała znaczących kar wynikających z niezgodności z przepisami.

2.1. Plany rozwoju

Ambicją Grupy Kapitałowej ENEA jest bycie liderem branży energetycznej w obszarze handlu detalicznego i obsługi Klienta, w tym w zakresie jakości obsługi Klientów indywidualnych oraz instytucjonalnych. Cel ten wiąże się z uruchomieniem wielu procesów zwiększających efektywność spółek Grupy Kapitałowej ENEA w tym obszarze i wiąże się ze znaczącymi inwestycjami.

We wrześniu 2012 roku ENEA S.A. przyjęła *Strategię sprzedaży ENEA S.A. w obszarze handlu detalicznego na lata 2013-2016*. Strategia zakłada dalsze rozszerzanie sprzedaży detalicznej poza historycznym obszarem działalności spółki, poprawę efektywności obsługi Klienta oraz poprawę efektywności w handlu hurtowym.

FILARY STRATEGII SPRZEDAŻY ENEA S.A. W OBSZARZE HANDLU DETALICZNEGO NA LATA 2013-2016

1. Ekspansja sprzedaży detalicznej (pozyskiwanie nowych Klientów poza obszarem historycznym, utrzymanie i odzyskanie Klientów z obszaru historycznego i rozwój kompetencji handlu gazem).
2. Efektywność obsługi Klienta (rozwój nowych kanałów pozyskania i obsługi Klienta, poprawa efektywności i jakości obsługi Klienta oraz optymalizacja kosztów).
3. Efektywność w handlu hurtowym (efektywność zakupów na rynku hurtowym, poprawa prognozowania, zarządzania ryzykiem i portfelem).

W obszarze obsługi Klienta w 2012 roku realizowano tzw. Program Zmiany Modelu Obsługi Klienta (ZMOK). W jego ramach prowadzone były projekty i inicjatywy na rzecz osiągnięcia kluczowych celów:

- wzrostu skuteczności pozyskania i utrzymania Klientów
- wzrostu poziomu jakości obsługi Klienta
- zmniejszenia jednostkowych kosztów obsługi Klienta.

2.2. Komunikacja z Klientami

Spółki Grupy Kapitałowej ENEA oferują Klientom różnorodne formy komunikacji adekwatne do swoich możliwości i potrzeb Klientów.

Głównymi kanałami komunikacji, z których korzystają Klienci Grupy Kapitałowej ENEA są:

- **Narzędzia kontaktu elektronicznego**, tj. strony www spółek, elektroniczne formularze kontaktu, poczta email, elektroniczne biuro obsługi Klienta eBOK.
- Kontakt bezpośredni poprzez **Biura Obsługi Klienta BOK** (m.in. BOK ENEA Operator, ENEA S.A., BHU S.A.), punkty i biura handlowe (ITSERWIS)
- **Kontakt bezpośredni** w ramach seminariów, targów, szkoleń i konferencji organizowanych przez spółki (np. Eneos) lub inne podmioty.
- **Kontakt telefoniczny**, poczta tradycyjna oraz ulotki, broszury i materiały drukowane.

Kontakt z Klientem w wybranych spółkach Grupy Kapitałowej ENEA

NAZWA SPÓŁKI	GŁÓWNE KANAŁY KOMUNIKACJI Z KLIENTEM
ENEAS.A.	Biura Obsługi Klienta, Biura Sprzedaży, infolinia, strona internetowa, ogłoszenia i komunikaty w lokalnej prasie, opiekunowie Klientów biznesowych, badania satysfakcji Klientów biznesowych i indywidualnych.
ENEA Operator	Elektroniczne Biuro Obsługi Klienta eBOK, Call Center, strona www i formularze kontaktowe na stronie, email, newsletter, kontakt bezpośredni poprzez Biuro Obsługi Klienta (BOK).
Elektrociepłownia Białystok	Poczta, poczta elektroniczna- email, telefon, ankieta oceny zadowolenia Klienta, spotkania z kluczowymi Klientami w ramach okresowych spotkań służb dyspozytorskich i ruchowych. Współpraca z kluczowymi Klientami jest oceniana okresowo na spotkaniach służb dyspozytorskich i ruchowych.
Elektrownie Wodne	Kontakt telefoniczny, poczta tradycyjna i elektronicznej, intranet korporacyjny, spotkania bezpośrednie.
MEC Piła	Strona internetowa www.mecpila.pl , Biuro Obsługi Klienta, ankiety podczas spotkań bezpośrednich
BHU	Stanowiska obsługi w oddziałach i filiach spółki, strona www, sklep internetowy: www.e-bhu.pl , Autorski System Zarządzania Jakością z procedurą badania satysfakcji Klientów.
Eneos	Organizacja targów branżowych i konferencji, witryny internetowe: www.eneos.pl oraz www.eneakomfort.pl , przesyłki pocztowe, mailing, bezpośrednie spotkania z Klientami, udział Eneos w konferencjach, targach, seminariach, media (prasa, radio, TV), badania satysfakcji Klienta, telemarketing.
EP Zakład Transportu	Biuro Obsługi Klienta BOK, strona www, email, badanie satysfakcji Klienta.
Energomiar	Strona www, badanie satysfakcji Klienta, Dział handlowy - bezpośredni kontakt z handlowcami.
ENERGOBUD Leszno	Strona www, email, badania satysfakcji Klienta, szkolenia i konferencje.
ITSERWIS	Strona internetowa www, 11 Punktów Handlowych, 2 Biura Handlowe, poczta elektroniczna, kontakt telefoniczny, kontakt osobisty, szkolenia i konferencje biznesowe dla kluczowych Klientów.
Energio-Tour	Strona www, email, komunikaty w prasie.
Hotel Edison	Strona internetowa, kontakt bezpośredni.
NZOZ Centrum Uzdrowskie ENERGETYK	Strona www, badania satysfakcji Klienta, kontakt bezpośredni z Klientem.

CASE STUDY

Targi „Więcej Światła” 2012

Spółka Eneoes zorganizowała w Międzyzdrojach w dniach 10- 11 maja targi, podczas których przedstawiciele samorządów, w tym Klienci spółki, mogli się dowiedzieć jak nowoczesnie i efektywnie oświetlać gminę. Jest to jedna z kluczowych inicjatyw edukacji rynku i Klientów z zakresu efektywnej modernizacji oświetlenia prowadzona przez Eneoes.

W targach "Więcej światła" wzięły udział także ENEA S.A., ENEA Operator oraz Energomiar. Wydarzenie zgromadziło producentów oświetlenia, liczne grono przedstawicieli samorządów i firm energetycznych. Targi umożliwiały prezentację nowoczesnych rozwiązań związanych z oświetleniem dróg i przestrzeni publicznych. W programie imprezy znalazł się także cykl prezentacji, poszerzających wiedzę uczestników targów o zagadnienia techniczne i formalno – prawne z zakresu oświetlenia.

2.3. Badania satysfakcji Klienta

Jednym z istotnych kanałów komunikacji z Klientem są badania satysfakcji. W 2012 roku badania satysfakcji Klienta przeprowadziły takie spółki jak: ENEA S.A., ENEA Centrum, Eneoes, Elektrociepłownia Białystok, ITSERWIS, NZOZ Centrum Uzdrowiskowe ENERGETYK, Energomiar, EP Zakład Transportu, BHU. Również ENERGOBUD Leszno analizował ocenę Klientów jakości usług i zadowolenia z obsługi sprzedażowej i posprzedażowej. Średnia ocena Klientów tej spółki uplasowała się na poziomie: „dobry”.

W przeprowadzonych badaniach satysfakcji Klientów ENEA S.A. porównano jak analizowane wskaźniki przekładają się na satysfakcję Klientów i Klientów konkurencji. Badano poziom satysfakcji i zadowolenia Klientów m.in. w obszarach: opiekun Klienta, funkcjonowanie i pracownicy Biur Obsługi Klienta (BOK) i Biur Sprzedaży, funkcjonowanie infolinii, strona internetowa, procedury reklamacyjne i fakturowanie, relacja ceny do jakości, jakość usług i produktów oraz postrzeganie marki.

Wyniki badania wskazują na wysoki poziom satysfakcji Klientów ENEA S.A. Towarzyszą jej pozytywne opinie Klientów o marce – zarówno wśród Klientów biznesowych jak i Klientów indywidualnych. Satysfakcję Klientów budują poza czynnikami racjonalnymi produktu i ceną orientacja na Klienta i wizerunek marki.

CASE STUDY

Zakres standardów jakościowych obsługi odbiorców przez ENEA Operator.
ENEA Operator jest zobowiązany do:

- przyjmowania przez całą dobę zgłoszeń i reklamacji dotyczących dostarczania energii elektrycznej,
- bezzwłocznego usuwania zakłóceń w dostarczaniu energii elektrycznej,
- udzielania na żądanie odbiorców informacji o przewidywanym terminie wznowienia dostarczania energii elektrycznej przerwanego z powodu awarii sieci,
- powiadamiania odbiorców - z co najmniej 5-dniowym wyprzedzeniem - o terminach i czasie planowanych przerw w dostarczaniu energii elektrycznej w formie ogłoszeń prasowych, komunikatów radiowych lub w inny zwyczajowo przyjęty sposób (np. ogłoszenia w budynkach),
- nieodpłatnego udzielania informacji w sprawie zasad rozliczeń oraz stosowanych taryf,
- rozpatrzenia wniosków lub reklamacji odbiorcy w sprawie rozliczeń i udzielenia odpowiedzi w terminie nie później niż 14 dni od dnia złożenia wniosku lub zgłoszenia reklamacji, chyba że w umowie określono inny termin, z wyłączeniem spraw dot. kontroli dotrzymania parametrów technicznych energii elektrycznej, którą przedsiębiorstwo jest obowiązane przeprowadzić na wniosek odbiorcy,
- udzielenia bonifikaty po rozpatrzeniu wniosku odbiorcy i uznaniu jego zasadności w wysokości określonej w taryfie.

2.4. Ochrona prywatności

Jednym z istotnych aspektów odpowiedzialności społecznej w obszarze relacji z Klientami jest dla Grupy Kapitałowej ENEA ochrona prywatności, w tym danych osobowych Klientów. Spółki Grupy Kapitałowej ENEA kierują się w tym zakresie obowiązującymi w Polsce wymogami prawnymi.

System zarządzania bezpieczeństwem informacji w oparciu o normę ISO27001:2005 obejmuje Zintegrowany System Zarządzania wdrożony w spółce ENEA S.A. System Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji (SZBI) wdrożyła także spółka ENERGOBUD Leszno.

W 2012 roku spółki Grupy Kapitałowej ENEA nie odnotowały uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności Klientów oraz utraty danych osobowych.