

Až desetkrát více práce? V klientských centrech dodavatelů energií mnohdy realita

1.11.2023 - Petr Lesenský | Dýcháme

Klientská centra dodavatelů energií čelila v posledních letech řadě krizových situací. Během jejich trvání se objem zákaznických požadavků ze dne na den mnohdy zvyšuje o stovky procent. Zvládnout podobné situace prostřednictvím vlastních personálních kapacit je mnohdy nemožné. Společnosti tak často posilují z externích zdrojů či sázejí na nové technologie.

Situaci na trhu s energiemi poznamenala v posledních letech řada turbulentních událostí, ať už ve spojení s pandemií, krachem významných dodavatelů, válkou na Ukrajině, či energetickou krizí. Nejistota se přenášela i do koncových cen pro zákazníky, kteří se v nastalém zmatku v mnohdy bezprecedentním počtu obraceli s požadavky o pomoc a vysvětlení na klientská centra dodavatelů.

„Oblast zákaznické podpory je v případě dodavatelů energií v řadě ohledů specifická. Střídají se zde relativně klidnější období s momenty, kdy nárůst klientských požadavků ze dne na den vyskočí až o 1000 procent. Ustát takovéto výkyvy je složité i pro velké společnosti,“ popisuje **Jan Nedělník**, CEO Koneccta Czech, Hungary a Slovakia. Dále dodává, že práce v klientských centrech dodavatelů bývá zároveň značně emočně náročná. Operátoři zde musejí projevit jak psychickou odolnost, tak empatii, protože se často dostávají do kontaktu s lidmi, kteří se ocitli v tíživých životních situacích.

Ani letošní rok není pro dodavatele klidnější. Od jara mění smluvního dodavatele energií stále více lidí, týká se to zejména plynu. Výrazný nápor se v tomto směru projevil v září i říjnu. Svou roli hraje také začínající tříměsíční výpovědní lhůta, kterou mohou zákazníci využít, pokud chtějí od nového roku přejít k jiné společnosti. *„Potvrzujeme, že naše zákaznická centra v posledních týdnech evidují vyšší návštěvnost, než je dlouhodobý průměr, a podobnou zkušenost mají také naše call centra. Část zákazníků přichází právě kvůli změně dodavatele, nicméně těch důvodů, proč k nám chodí a volají, je mnohem více,“* dokumentuje **Alice Horáková**, tisková mluvčí ČEZ.

I v následujícím období budou podle **Jana Šmída**, obchodního ředitele společnosti MJEnergie, změny dodavatelů u domácností i firem pokračovat. *„Co se týče dalších vln spojených s množstvím změn dodavatelů energií, ty se dají očekávat vždy na přelomu roku. Platí to i pro nadcházející měsíce, nicméně ne v takové míře, jako tomu bylo ve druhé polovině loňského roku. V té době zákazníci migrovali k velkým stabilním dodavatelům, kteří vůbec dokázali poskytnout nabídky nebo odstupovali od smluv z důvodu navyšování cen. Další vlna se typicky očekává na přelomu letošního roku, kdy budou končit smlouvy na dobu určitou a roční fixace, uvádí.*

Posílení servisu prostřednictvím outsourcingu

Zvýšený tlak na klientská a telefonní centra se dodavatelé snaží ustát například posílením personálních kapacit, běžně například přesunem pracovníků z jiných oddělení. *„Obecně vzato, očekáváme-li zvýšený nápor na náš zákaznický servis, prioritou stále zůstává co nejefektivnější obsluha našich zákazníků, proto vítáme pomoc jiných úseků, zapojení maminek na mateřských, ve větší míře využíváme našeho voicebota. Situace se většinou neobejde ani bez přesčasů či posílení externích kapacit,“* nastiňuje **Linda Filuszová**, tisková mluvčí innogy.

Populární metodu, která v krátkém časovém úseku umožňuje společností flexibilně zareagovat na náhlý nárůst klientských požadavků, představuje outsourcing zákaznického servisu. V případě

najmutí externích sil ze strany profesionálních firem v oboru zároveň odpadají starosti s náročným zaškolením nových nezkušených pracovníků. „V sektoru utility máme bohaté zkušenosti. Při krachu Bohemia Energy jsme kupříkladu pomáhali našim partnerům z řad dodavatelů poslední instance zvládnout obrovský nápor na jejich klientský servis,“ doplňuje konkrétní příklad Jan Nedělník.

Nové technologie nepreferují všichni

Možnost efektivněji zvládat krizové situace v rámci agendy zákaznického servisu nabízejí rovněž nové technologie. Inteligentní voiceboti a chatboti se v klientských centrech zabydlují stále výrazněji. Obvykle zvládají odbavit jednodušší zákaznické požadavky a uvolňují tak ruce lidským agentům pro řešení komplikovanějších úkolů.

„Je však stále důležité myslet na to, že různé typy zákazníků preferují v rámci klientského servisu odlišnou formu interakce. Někdo si rád vše vyřeší digitálně, jiný prostřednictvím telefonního operátora, další preferuje osobní návštěvu na pobočce. Ačkoli jdou technologie dopředu, je potřeba stále vycházet zákazníkům v daném ohledu maximálně vstříc. Obzvlášť v tak citlivé oblasti, jako jsou dodávky energií,“ uzavírá zástupce společnosti Konecna.

<https://www.dychame.cz/az-desetkrat-vice-prace-v%E2%80%AFklientskych-centrech-dodavatelu-energie-mnohdy-realita>