

Pražská plynárenská představila před zimou novinky

Zákazníci společnosti z řad domácností mají před nastávající zimní topnou sezónou k dispozici nové cenové nabídky, a to jak s platností na dobu určitou, tak i na dobu neurčitou. Ty skýtají různorodé možnosti dodávky zemního plynu, dle preferencí a aktuálních potřeb zákazníků.

Například ceník Simple s platností na dobu neurčitou je orientován výhradně na cenu a její kvartální odvozování dle aktuální situace na velkoobchodních trzích. Je tedy určen pro ty zákazníky, kteří jsou vzhledem k uvedenému ochotni akceptovat i určitou míru rizika.

Další novinkou je produkt Bonus, v jehož rámci si zákazník sám může zvolit dobu závazku na dobu neurčitou, dva nebo tři roky a k tomu navíc i benefit podle svých představ. Ten může mít podobu například mimořádných slev do vyúčtování, voucherů na nákup zboží či služeb apod. Nabídka se týká jak dodávky zemního plynu, tak i elektřiny.

Právě možnost, poskládat si samostatně podobu svého „odběru“ energie přímo zákazníky, je další novinkou, kterou společnost nyní v pilotním projektu přináší. Prostřednictvím aplikace „Samoobsluha“ dostupné na firemním webu z počítače nebo telefonu, si každý zákazník může sám uvedené sestavit včetně bonusů a služeb, které dostane od Pražské plynárenské zdarma. Plynaři přitom slibují do budoucna nynější pilotní projekt dále rozvíjet a rozšiřovat.

V platnosti navíc zůstávají i starší cenové nabídky a pro-

dukty, z nichž některé doznaly výrazných úprav tak, aby byly zákaznický atraktivnější. Došlo tak například k přenastavení nabídky určené pro seniory, která je u společnosti k dispozici již od roku 2011. Nyní je však pro zákazníky výrazně výhodnější. U vybraných cenových produktů společnost navíc poskytuje při jejich aktivaci nebo prodloužení bonus až 2 500 Kč a k dispozici jsou k nim i asistenční služby pro řešení nenadálých havárií v domácnosti.

„Po firemní a podnikatelské klientele začala být i v rámci domácností trendem individualizace a přizpůsobování nabídky požadavkům zákazníků se tak v tomto duchu stává běžnou praxí. Tak jako se zákazníci liší způsobem života, liší se i svými představami o ideálním produktu a na to se snažíme a musíme reagovat.“ Nabídka jednoho univerzálního produktu všem zákazníkům bez možnosti výběru a bez ohledu na to, do jaké míry jim vlastně svým charakterem vyhovuje a splňuje jejich představy, se již stala minulostí“, uvedl v této souvislosti předseda představenstva Pražské plynárenské Ing. Pavel Janeček.

Dle plynařů je v současné době trendem, že zákazníci využívají různé ceníky a produkty napříč celkovou nabídkou společnosti. Zároveň přiznávají, že tento model je z jejich hlediska náročnější, než kdyby všichni zákazníci využívali jen jeden univerzální produkt. „Musíme průběžně pracovat s každým jednotlivým produktem a tím i skupinou zákazníků, která jej aktuálně využívá. Jednotlivé

tyto skupiny jsou přitom různé velké, čítají tisíce, desetitisíce a v některých případech zahrnují i více než sto tisíc našich zákazníků“, vysvětluje Janeček.

Preference jednotlivých cenových nabídek ze strany zákazníků jsou přitom různé a úlohu hraje řada faktorů. Například dvouletý produkt Rodina+ s asistenčními službami zdarma, využili za pouhé 4 měsíce od jeho uvedení na trh již desítky tisíc zákazníků. V drtivé většině se jedná o ty, kteří zemní plyn využívají k topení a mají tudíž vyšší spotřebu. Dle Pražské plynárenské se tímto produktem podařilo oslovit zákazníky, kteří, při již několik měsíců stoupající ceně plynu na trzích, preferují jistotu garance ceny po určité období.

Tématem je také přesmlouvání?? těch zákazníků, kteří doposud využívají některé historické a již překonané produkty. Ty společnost již delší dobu průběžně intenzivně oslovuje formou poštovních zásilek, mailu nebo telefonicky s výhodnějšími nabídkami. „Reakce ze strany zákazníků na tyto naše aktivity je vysoká, ne všichni však reagují. Hledáme proto i další cesty, jak oslovit i tuto skupinu našich zákazníků, která se však naštěstí rychle zmenšuje“, doplnil Janeček.

Další novinky a produkty slibuje Pražská plynárenská představit svým zákazníkům v průběhu následujících měsíců a kromě webových stránek nebo obchodních kanceláří se o nich veřejnost může informovat i prostřednictvím bezplatné zákaznické linky, která je nově k dispozici.