

## Působení na trhu a chování k zákazníkům

---

### Zákaznická zkušenost

Nejlepší zákaznická zkušenost tvořila i v roce 2009 jeden z tří hlavních pilířů strategie společnosti Telefónica O2. Potřeby a spokojenost zákazníků byly monitorovány prostřednictvím řady pravidelných nebo jednorázových průzkumů, globálních analýz a kvalitativních výzkumů, jako například focus groups, store exits, pravidelných zpětných vazeb od zákazníků, týkajících se vyřešení jejich požadavků na zákaznické lince nebo spokojenosti s obchodním zástupcem.

Na základě těchto výzkumů byly definovány hlavní cíle společnosti. Zaměřila se zejména na implementaci nového zákaznického software, optimalizaci klíčových procesů a služeb, např. mobilního delivery za použití proaktivního přístupu k zákazníkovi.

V květnu 2009 spustila Telefónica O2 nový CRM systém, aby mohla efektivně reagovat na potřeby svých zákazníků. Jednalo se o celofiremní softwarové řešení, které propojilo a zastřešilo stávající fixní a mobilní systémy. Společnost tím získala možnost vidět na jednom místě soubor všech produktů a služeb, kterých zákazník využívá. Přechod na tento nový software, resp. jeho stabilizace dává společnosti příslib do budoucna aktivně a cíleně reagovat na potřeby každého zákazníka, možnost vytvořit mu takovou nabídku, které využije a přinese mu užitek, včetně výhodných slev v případě kombinace fixních a mobilních produktů. Telefónica O2 chtěla nabídnout zákazníkovi komplexní správu produktů a služeb prostřednictvím internetového samoobslužného řešení.

Na potřeby zákazníků reagovala společnost rozdělením péče a obsluhy na telefonických kontaktních bodech. Tím byla postupně zvýšena telefonická dostupnost. Společnost se současně zaměřila na zvýšení kvality odbavení hovorů prostřednictvím certifikace a specializace svých operátorů dle produktových, procesních a systémových znalostí. Na základě zpětné vazby od firemních zákazníků byla rozšířena pracovní doba zákaznické linky. Podnikatelé tak mohli řešit své požadavky i ve večerních hodinách nebo o víkendech. Společnost nově nabízela nonstop servis (24 hodin denně/7 dní v týdnu) pro vyřizování urgentních mobilních požadavků korporátních zákazníků.

### Produkty a služby pro zákazníky se specifickými potřebami

V roce 2009 uvedla Telefónica O2 na trh novou verzi telefonu Emporia Talk Premium, mimořádně jednoduchý a snadno ovladatelný přístroj, určený především starším osobám a zdravotně postiženým, kteří mají potíže s ovládáním běžných mobilních telefonů. Přístroj umožnil přístup k jednotlivým funkcím pomocí jednoduchých postranních tlačítek. Současně disponoval mohutnými tlačítky a velkým, dobře podsvíceným displejem pro usnadnění rozeznávání písmen a číslic. Má také vylepšenou technologii přenosu zvuku. Telefónica O2 nabízela zákazníkům možnost pořídit si tento nový typ telefonu ve výhodném balíčku s kreditem za poloviční cenu nebo s cenově zvýhodněnou verzí tarifu O<sub>2</sub> Neon S. Z každého prodaného telefonu Emporia navíc společnost Telefónica O2 věnovala 100 Kč na podporu Linky seniorů. Za kampaň probíhající v listopadu a prosinci roku 2009 Nadace O<sub>2</sub> předala Lince seniorů částku 16 830 Kč.

---

### Služba Hovor pro neslyšící

I v roce 2009 společnost nabízela službu Hovor pro neslyšící. Ten umožňuje neslyšícím zákazníkům snadněji komunikovat, například objednávat se k lékaři, zajišťovat urgentní opravy nebo využívat informační telefonní služby. V závěru roku společnost rozšířila možnosti komunikace neslyšících s operátorským pracovištěm o e-mailovou schránku neslyšící@o2.com. Prostřednictvím tohoto pracoviště mohli komunikovat jak lidé s poruchou sluchu se slyšícími, tak i naopak. Služba byla k dispozici 24 hodin denně. Celkem tuto službu v roce 2009 využilo 11 529 zákazníků.

---

### Poskytované slevy

Telefónica O2 i v roce 2009 poskytovala osobám s I. stupněm závislosti slevu O2 pro ZTP na pevné lince, přestože vláda České republiky státní příspěvek zrušila. Současně společnost zachovala možnost pronájmu speciálního telefonu pro tuto vybranou skupinu obyvatel. V roce 2009 poskytla O2 slevu pro ZTP ve výši 108 mil. Kč. Státní příspěvek zdravotně postiženým činil 120 mil. Kč.

I v roce 2009 mohli rehabilitované osoby a účastníci odboje využít slev. Celková výše slev poskytnutých v roce 2009 těmto osobám dosáhla cifry 42,4 mil. Kč.

---

### Soutěž „Internet mi usnadňuje život“

Telefónica O2 v roce 2009 realizovala spolu s magistráty měst Plzeň a Ostrava soutěž s názvem Internet mi usnadňuje život o nejlepší projekty či aktivity se sociální tematikou. Cílem těchto akcí bylo podpořit využívání prostředků moderních technologií pro usnadnění komunikace poskytovatelů sociálních služeb. Výherci obdrželi nejrychlejší mobilní datové připojení k internetu, včetně potřebného HW, na dobu dvou let zcela zdarma.

---

### Reakce na vzniklou krizovou situaci

Telefónica O2 v létě roku 2009 reagovala na kritickou situaci vzniklou v důsledku povodní a pro povodně postižené občany připravila speciální programy, které jim mohly pomoci při okamžitém řešení nastalé situace.

---

### Bezpečně s internetem

V roce 2009 se společnost Telefónica O2 zaměřovala na bezpečnost při používání internetu. Zdarma zákazníkům nabídla ke všem ADSL i mobilním internetovým připojením speciální program F-Secure Profi Antivirus.

---

### Zdraví a mobily

Telefónica O2 se v roce 2009 věnovala problematice působení mobilních telefonů na zdraví člověka. V rámci Asociace provozovatelů mobilních sítí se podílela na vytvoření speciálních webových stránek věnujících se tomuto tématu [www.zdraviamobil.cz](http://www.zdraviamobil.cz) a brožury Odpovědi do kapsy – Mobilní telefony, základnové stanice a zdraví.

---

## Pomáháme chránit děti ve světě komunikačních technologií

Jako poskytovatel komunikačních služeb se Telefónica O2 rozhodla všemi dostupnými prostředky pomoci eliminovat možná rizika, která s sebou svět moderní technologie přináší. Ochrana dětí a bezpečné prostředí pro děti ve světě informačních a komunikačních technologií platily stále jako klíčové cíle ve vztahu k zákazníkům společnosti. V rámci ochrany dětí byla realizována řada konkrétních kroků. Telefónica O2 přijala politiku Marketing ve vztahu k dětem, která shrnovala zásady respektované v rámci marketingových aktivit společnosti. V roce 2009 společnost zároveň přistoupila k blokování internetových stránek šířících obsah se sexuálně zneužívanými dětmi. V O<sub>2</sub> síti byly blokovány všechny stránky, které byly v rámci všech zemí EU označeny jako nelegální.

---

## Mobilní telefon určený především dětem

V roce 2009 společnost zařadila do nabídky mobilních telefonů Samsung S3030 Tobi, konstruovaný speciálně pro potřeby dětí a jejich bezpečnost. Telefon obsahoval speciální funkce jako například SOS volání či SOS zprávu. Součástí balení telefonu byla předplacená SIM karta s automaticky deaktivovanou službou prémiové SMS a prémiového volání a informační brožura pojednávající o tom, jak bezpečně používat moderní technologie a kam se v případě nouze obrátit. V telefonním seznamu SIM karty bylo zároveň předvoleno číslo Linky bezpečí.

---

## Podpora akcí zaměřených na ochranu dětí

V únoru 2009 se společnost zapojila do oslav v rámci mezinárodního dne bezpečného internetu a společně s Národním centrem bezpečnějšího internetu podpořila celoevropskou kampaň zaměřenou na boj proti kybernetické šikaně. Telefónica O2 byla také členem poradního výboru, který vznikl v rámci projektu Saferinternet. Věcnými cenami společnost podpořila soutěž pro děti s názvem Mobil Story na téma kybernetická šikana.

Telefónica O2 také na jaře roku 2009 podpořila mezinárodní konferenci s názvem Bezpečnější internet pro děti, kterou pořádalo ministerstvo vnitra ve spolupráci s Evropskou komisí v rámci předsednictví České republiky v EU.

V listopadu 2009 se zástupci společnosti zúčastnili diskuse pořádané Odborem bezpečnostní politiky Ministerstva vnitra ČR ve spolupráci s Úřadem pro zahraniční styky, která byla zaměřena na téma nelegálního a nežádoucího obsahu na internetu.

Na konci roku 2009 se uskutečnil již sedmý ročník mezinárodní konference, zaměřené na působení internetu na společnost, s názvem Cyberspace, kterou pořádala Právnická fakulta Masarykovy univerzity ve spolupráci s Fakultou sociálních studií MU. Telefónica O2 byla hlavním partnerem této akce.

Zástupci společnosti také realizovali v rámci projektu Junioroom přednášky na téma „Co nám svět moderních komunikačních technologií přináší a jaká jsou jeho úskalí“. Cílem bylo seznámit děti ve věku od 10 do 16 let s bezpečným používáním internetu a mobilních telefonů.