ENEA Centrum sp. z o.o.
60-201 Poznań, ul. Górecka 1
www.enea.pl

NIP 777-00-02-843
REGON 630770227

Poznań, 22.06.2016 r.

Organizacja Międzyzakładowa
nr 58 N S.Z.Z. Solidarność
ul. Strzeszyńska 58
60 -479 Poznań

Szanowni Państwo,

W odpowiedzi na Państwa pismo nadesłane 7 czerwca 2016 roku w sprawie badań prowadzanych przez *tajemniczego klienta* informujemy, że głównym celem stosowanej metody oceny jest ciągłe doskonalenie organizacji i wypracowanie najlepszych procedur oraz standardów obsługi. Warto w tym miejscu podkreślić, że efekty poprawy jakości mają odzwierciedlenie nie tylko w postrzeganiu wizerunku Enei przez klientów, dzięki ocenie pracownicy wiedzą, w jaki sposób usprawnić swoje działania, aby w przyszłości nie popełniać już tych samych błędów. Najlepszym przykładem pokazującym rezultaty zastosowanych rozwiązań są wyniki audytów przeprowadzonych w dwóch kolejnych latach. Podczas pierwszego cyklu badań w 2014 roku audytorzy ocenili realizację standardów obsługi na poziome 67 %, w kolejnym roku 82%.

Biura Obsługi Klientów rejestrują miesięcznie ponad 56 tys. wizyt klientów. Harmonogram odwiedzin zewnętrznych audytorów przewiduje 124 spotkania, dlatego też przeprowadzenie badania nie zakłóci pracy BOK-ów i nie wydłuży czasu oczekiwania klientów, nie będzie także *„skandalem i całkowitym lekceważeniem potrzeb naszych klientów"*. Kontynuowanie badań w tak newralgicznym momencie, jakim jest wdrażanie nowego systemu billingowego pozwoli określić rzeczywisty wpływ przeprowadzonych zmian na opinię i postrzeganie Enei przez klientów.

Dodatkowo zwracamy uwagę, że inicjatywa nagrywania badań wynikła z potrzeby zgłaszanej przez pracowników firmie audytorskiej podczas wywiadów przeprowadzanych w kwietniu bieżącego roku. Rejestrowanie

przebiegu wizyty miało być wykorzystywane tylko w procesie reklamacyjnym. Ze względu na brak zgody części pracowników rozmowy nie będą nagrywane.

Podsumowując, metoda badawcza *tajemniczy klient* prowadzi do poprawy efektywności grupy kapitałowej. Dzięki monitorowaniu skuteczności realizowanych procesów i opracowaniu szablonów dokumentów oraz materiałów informacyjnych możemy szybciej reagować na potrzeby klientów i sytuacje kryzysowe.

Kierując do naszych klientów akcję informacyjną *nt. tajemniczego klienta* muszą Państwo pamiętać, że skutkiem takiego działania będzie przede wszystkim utrata dobrego wizerunku Enei, niepotrzebny chaos, stres dla naszych pracowników oraz nieprzychylne komentarze pojawiające się w mediach.

Z wyrazami szacunku,

Członek Zarządu ds. Obsługi Klienta
Łukasz Pawłowski