

3. ÜGYFÉLKAPCSOLATOK



3.1. Ügyfél-elégedettség	64
3.2. Ügyfélpanaszok kezelése	71
3.3. Ügyfeleink tájékoztatása	73
3.4. Ügyfeleink bevonása	74

A mérések mind módszertanukban, mind az eredmények tekintetében külön-külön értelmezhetők a Magyar Telekom otthoni és mobilügyfélkörére, illetve lakossági és vállalati ügyfélbontásban (igény esetén akár további, célzottabb ügyfélszegmensekre) is.

E vizsgálatok eredményeként egyrészt képződik egy, az ügyfelek elégedettségét, annak mértékét kifejező kompozit indexszám, mely követhetővé és könnyen értelmezhetővé teszi az időbeni változásokat. Másrészt a szolgáltatáselemek részletekbe menő vizsgálata lehetővé teszi, hogy detektáljuk az ügyfél-elégedettségre ható tényezők aktuális megítélését, tehát azt, hogy a Magyar Telekom tevékenységeinek mely területein teljesít – az ügyfelek értékelése szerint is – kimagaslóan, illetve mely területek azok, ahol minőségjavító intézkedések szükségesek, akár a korábbi saját teljesítményéhez, akár a versenytárs szolgáltatók eredményéhez képest.

Magukat az ügyfél-elégedettség-méréseket a piackutató szakmában jártas, független szakértő kutatócég végzi. A vizsgálatok során használt kérdőívek megszerkesztése, az adatfelvételek lebonyolítása, a kapott adatbázisok tisztítása, feldolgozása, összefoglaló elemzések, prezentációk készítése, az eredmények értelmezése a kutatócég feladata az Üzleti Inteligencia osztállyal szoros együttműködésben.

A felmérések telefonos, illetve személyes megkérdezéssel, sztenderd interjúk formájában történnek, szakmailag indokolt nagyságú, rétegzésű és súlyozású mintákon. A vizsgált kérdéskörök tartalma alapvetően nem változik az évek során, ezzel biztosítva az időbeli válto-

3.1. ÜGYFÉL-ELÉGEDETTSÉG

A Magyar Telekom negyedéves rendszerességgel végez komplex ügyfél-elégedettség-méréseket, melyek keretében folyamatosan monitorozza ügyfelei (és egyúttal a versenytársak ügyfélkörének) általános elégedettségét, csakúgy, mint az elégedettséget befolyásoló szolgáltatáselemek (pl. hálózatminőség, termékínálat, ügyfélszolgálat stb.) megítélését részleteiben is.

zások nyomon követhetőségét – ugyanakkor a lebonyolítás módszertana, a minta kialakítása a belső vállalati (vállalatcsoporti) igények, illetve a termékstruktúra és a piac változásainak megfelelően időről időre felülvizsgálatra és aktualizálásra kerül.

Lakossági ügyfélkör

A magyarországi lakossági mobilpiacot 2012-ben jellemző csökkenő tendencia 2013-ban megállt, 2014-ben pedig javultak mind a Magyar Telekom, mind a versenytársak eredményei. Az európai iparági benchmark-

eredményekhez képest a vállalat 2014-ben az átlagnál egy kicsit jobb eredményt el.

A mobilpiacon a szolgáltatókkal való elégedettség összességében nagyon kiegyenlített, markáns különbség nem tapasztalható, de 2014-ben, főleg az év második felében, a Vodafone eredményei kicsit jobbák, míg a Magyar Telekom eredményei stagnáltak, a Telenor utolérte a Magyar Telekomot. Így a Magyar Telekom elveszítette eddig megszokott első helyét, összességében pedig elmondható, hogy 2014-ben a Vodafone átvette az első helyet e téren.



POLEFKÓ ISTVÁN
Műszaki
ügyfélszolgálat
támogató menedzser

önkéntes
ügyfél-élménytréner

Ügyfél-élmény-tréningek

A piacon egyre több szolgáltató kínál hasonló termékeket és szolgáltatásokat. Ezek árazása lehet eltérő, de ami igazán fontos, az a szolgáltatás minősége, ezzel együtt pedig a kiszolgálás minősége is, hiszen ezek hagynak nyomot az ügyfelekben.

Számomra nagyon fontos, hogy olyan kiszolgálásban részesítek külső vagy akár belső ügyfeleinket, mint amelyet máshol ügyfélként magam is elvárok. Ugyanakkor a minőségi kiszolgálás igénye már eltolódik az alap elvárások irányába, így a szerződések életútján szinte gondolatolvasás-szerűen olyan pozitív élményeket kell generálnunk, melyekre az ügyfelek nem feltétlenül számítanak és egyfajta „wow!” érzést keltenek bennük.

Azon túlmenően, hogy hiszek a program sikerében, a munkám mellett önkéntesként azért vállaltam ügyfél-élmény-tréneri megbízatást, mert korábban résztvevőként is megtapasztaltam, hogy jelentős szemléletformáló hatása miatt mennyire hasznos ez a képzés. Trénerként a csoporttal együtt ismerhetem meg más szakterületek munkatársait, nagyobb rálátást kapva a vállalat egészének működésére, miközben a kapcsolódási pontok felismerésével saját határait tudom kiterjeszteni. Sikerként értékelem, amikor ez a visszajelzésekben is megjelenik, és különféle vállalatokat foglalmazznak meg a résztvevők arra vonatkozóan, hogy a program elemei közül mivel fognak tudni hozzájárulni az ügyfél-élmény növeléséhez.



Az egyes szolgáltatáselemeket külön is szemügyre véve azt láthatjuk, hogy a Magyar Telekom korábbi legfőbb erősségei, a hálózati tényezők és lefedettség terén rosszabb megítélés alá került, és jelenleg a leggyengébbben teljesít a piacon. A hálózati lefedettség megítélésében tovább nőtt a különbség a Magyar Telekom és a Vodafone között, az utóbbi javára.

Az árakkal kapcsolatos megítélésben javult vállalatunk eredménye 2013-hoz viszonyítva, de még mindig a versenytársak mögött van, különösen a Vodafone-hoz képest.

A Magyar Telekom kifejezett előnye a versenytársakkal szemben a készülékek, illetve a készülék-upgrade-ek. Hasonlóképpen versenyelőnye van vállalatunknak az új termékajánlatok területén is. Javult a Magyar Telekom 2013-hoz képest az ügyfélművelés, az ügyfél-információ és a mobilinternet megítélésében is, bár ez utóbbi esetében a Vodafone továbbra is előnyben van.

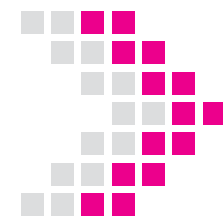
A Magyar Telekom otthoni szolgáltatást igénybe vevő lakossági ügyfelei körében mért elégedettség-index a vezetékes szolgáltatások piacán a mobiléhoz mérhető, hasonlóan magas szolgáltatási szintet tükröz. A mobil- és

vezetékes szolgáltatások szektorának elégedettségi eredményei 2013–14-ben összeértek. A vezetékes piac hosszú távú összehasonlításban nagyon enyhe növekedést mutat.

A szolgáltatók eredményei a mobilpiachoz hasonlóan itt is közel vannak egymáshoz. Éves átlagot tekintve a Magyar Telekom van továbbra is az élen kis különbséggel. A 2014-ben mért érték az európai iparági benchmark Top 10%-os és Top 33%-os közötti tartományába esett.

A Magyar Telekom 2014-ben minden fontosabb területen javította eredményeit 2013-hoz képest. Legfőbb erősségei közé tartozik a kínált szolgáltatások és termékek összessége és azok megújuló kínálata, valamint a hálózat kiépítettsége. Ügyfélszolgálat terén gyengült azonban az üzletekkel és a telefonos ügyfélszolgálatral való elégedettség, és elsősorban a hosszabb várakozási idők miatt, így most egy szintre került a versenytársakkal való megítélésben, illetve kicsit rosszabb lett a megítélés a UPC-hez képest az üzletek esetében.

Összességében elmondható, hogy a Magyar Telekom vezetékes ügyfelei elégedettebbek az árakkal és az ár-érték aránnyal, mint a mobilügyfelek.



Üzleti ügyfélkör

Az üzleti mobilszolgáltatások piaca stabil volt 2014-ben. A Magyar Telekom és a versenytársak között nincs jelentős különbség az elégedettség-index tekintetében, a szolgáltatók megítélése gyakorlatilag megegyezik: a Magyar Telekom indexe egy kicsit magasabb csak, mint a versenytársaké. Európai összehasonlításban kissé elmarad a Magyar Telekom az európai benchmarkátlagtól.

Vállalatunk fő erőssége a hálózat minősége telefonhívások esetén, a lefedettség, valamint a roaming. Szintén kiválóan teljesít ár-érték arányban, valamint a meglévő és új ajánlati termékek megítélésében. Az egyetlen terület ahol a versenytársakhoz képest gyengébben teljesít a Magyar Telekom, az a telefonos ügyfélszolgálat.

A vezetékes szolgáltatások esetében a Magyar Telekom 2014-ben az Invittel szemben ugyan meg tudta őrizni vezető szerepét, de a UPC egy szintre került vele. Európai összehasonlításban ugyanakkor az eredmény az alsó 10%-hoz közelít mind a SoHo, mind az SMB esetében.

A Magyar Telekomot a széles körű szolgáltatás- és termékinlátat különbözteti meg legin-

kább a versenytársaktól. További erőssége még a megbízhatóság, a hűséges ügyfelek megbecsülése, valamint az, hogy az ügyfelek jó kezekben érzik magukat a szolgáltatónál. Javítandó területek az üzletekben történő kiszolgálás gyorsasága, illetve a panaszkezeléshez szükséges idő lerövidítése.

A klasszikus általános elégedettségmérés mellett az egyes ügyfélkapcsolati eseményekkel való elégedettséget a Next Generation International Customer Contact Analysis (NG ICCA) kutatás keretein belül folyamatosan figyeljük. A mérés célja figyelemmel kísérni az ügyfelek által érzékelt kiszolgálási minőséget, illetve információt szerezni az ügyfelek elégedettségéről, az ügyfélszolgálatunkkal kapcsolatos benyomásokról.

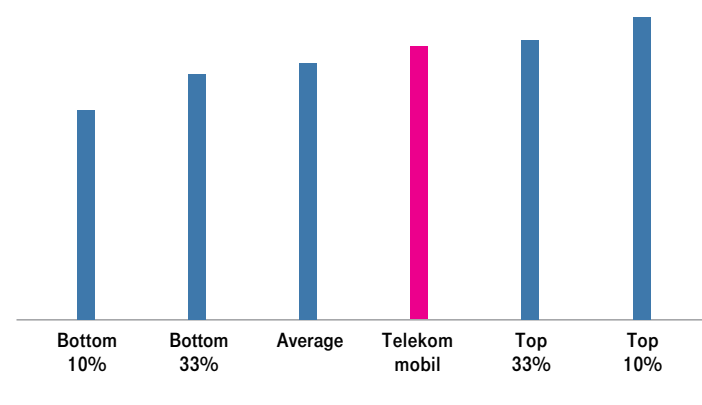
A megkeresés tranzakció-alapú, ügyfeleinket az ügyfélkapcsolati esemény után 24–48 órán belül megkérdezzük. A mérés lakossági és üzleti ügyfélkörre terjed ki.

A kutatásba bevont csatornák:

- lakossági és üzleti telefonos ügyfélszolgálat
- automata telefonos menürendszer (IVR)
- üzlethálózat
- otthoni szolgáltatások létesítése és hibaelhárítása
- üzleti partnerhálózat

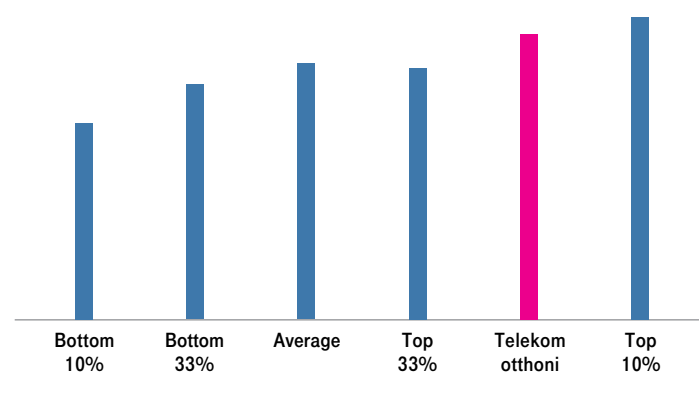
ELÉGEDETTSÉG A MOBILSZOLGÁLTATÁSOKKAL (LAKOSSÁGI ÜGYFELEK)

A Magyar Telekom lakossági mobilpiaci ügyfélelégedettség-mérésének eredménye az európai iparági benchmark-adatbázis összevetésében, 2014



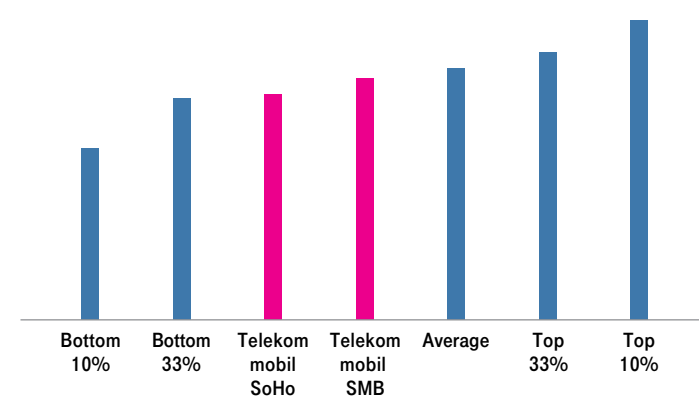
ELÉGEDETTSÉG A VEZETÉKES SZOLGÁLTATÁSOKKAL (LAKOSSÁGI ÜGYFELEK)

A Magyar Telekom lakossági otthoni ügyfélelégedettség-mérésének eredménye az európai iparági benchmark-adatbázis összevetésében, 2014



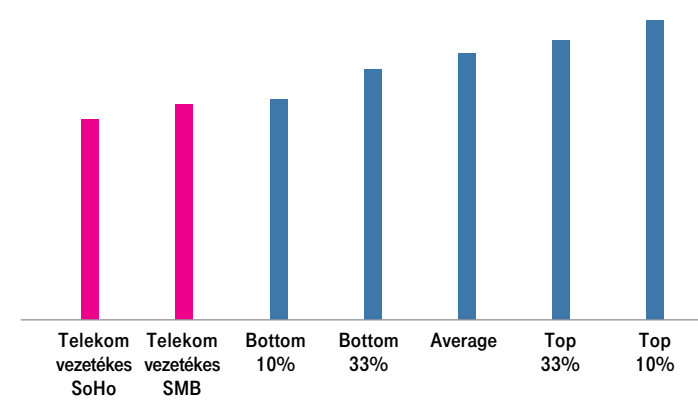
ELÉGEDETTSÉG A MOBILSZOLGÁLTATÁSOKKAL (ÜZLETI ÜGYFELEK)

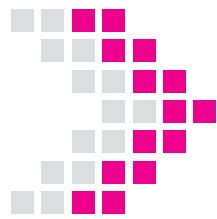
A Magyar Telekom üzleti mobilpiaci ügyfélelégedettség-mérésének eredménye az európai iparági benchmark-adatbázis összevetésében, 2014



ELÉGEDETTSÉG A VEZETÉKES SZOLGÁLTATÁSOKKAL (ÜZLETI ÜGYFELEK)

A Magyar Telekom üzleti otthoni ügyfélelégedettség-mérésének eredménye az európai iparági benchmark-adatbázis összevetésében, 2014





Az „Ügyfél hangja” típusú vizsgálat keretében, „vizesés” modellt követve, 4 zárt kérdést teszünk fel – melyek közül az első 2 tartalma fix, az utolsó 2 rotálással, véletlenszerűen választódik ki – az ügykezelésünk során tapasztalt minőség egy-egy összetevőjével kapcsolatban.

Ezen felül az 5. nyitott kérdésben lehetőséget biztosítunk arra is, hogy ügyfelünk szabad szöveges formában nyilvánítson véleményt a kiszolgálással kapcsolatban. A válaszadók ötöde szokott élni a kifejtős lehetőséggel. Jellemzően a személyes ügyfélkapcsolattal járó területeken a legnagyobb az ilyen jellegű válaszadási hajlandóság.

Az egyéni és a csoportos eredményekhez maguk az érintett területek és az Ügyfél-élmény osztály munkatársai is hozzáférnek. A kiértékelés napi/heti szinten első körben operatív szinten történik meg, a csatornák vezetői akcióterveket, fejlesztési igényeket adnak fel, amennyiben kiugró eredményeket észlelnek. A negyedéves, csatorna-összehasonlító elemzés elkészítése az Ügyfél-élmény osztály hatáskörébe tartozik, és egységes módszertannal történik. A kutatás alapján megmutatkozik, hogy melyik munkatártnál van szükség képzésre, hol kell csökkenteni a várakozási időt, mi működik az elvárásoktól eltérően stb.

Szakértői szinten az ügyfeleinknek fájó pontokkal és elvárásokkal, azok prioritizálásával és vezetői szinten ezek bemutatásával az Ügyfél-élmény osztály insight csapata fog-

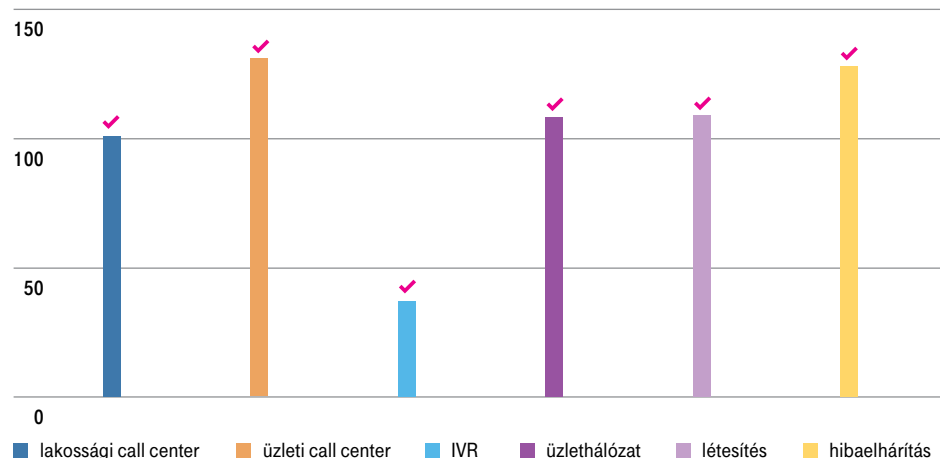
lalkozik. Vezetői szinten ezek státusza külön pain point riportban kerül bemutatásra (+CEX DashBoard mutatók és elemzési eredmények). A felszínre került hiányosságokkal, eltérésekkel kapcsolatosan az érintett üzleti terület közvetlen vezetője intézkedik, a CEX-csappal közösen akciótervet állít össze, és vállalásokat tesz a felmerült problémák orvoslására.

A Magyar Telekomnál az elégedettségkutatás nagy múltra tekint vissza. A területi bontásban prezentált átfogó elégedettségen túl a kutatás egyik fő mutatójának éveken át az NPS (Net Promoter Score) számított, melyet 2013 kora nyarától felváltott a CES (Customer Effort Score). Erre azért került sor, mert azt gondoljuk, hogy az ügyfél lojalitása legszorosabban azzal függ össze, hogy mennyi személyes erőfeszítésbe kerül az ügyét, ügyeit elintézni. A CES egyetlen kérdéssel, ötfokozatú skálán mérhető. „Mennyi energiát kellett fordítania arra, hogy ügyét elintézzze?” Mind az átfogó elégedettség, mind a CES-mutató eredményei –200-tól +200-ig terjedő skálán értelmezendők. Az átfogó elégedettséget, a CES-mutatót és a szabad szöveges visszajelzéseket összefüggéseikben folyamatosan elemezzük, még több értéket teremtvé ezzel mind az ügyfeleknek, mind pedig a vállalatnak.

2014-es átfogó elégedettség-eredmények:

- A vizsgált csatornák közül az otthoni szolgáltatások létesítését, hibaelhárítását, illetve az üzlethálózatot igénybe vett ügyfelek a legelégedettebbek a kapott kiszolgálással, bár a hibaelhárítás folyamatát egy kissé nehézkesnek ítélik meg.

ÁTFOGÓ ELÉGEDETTSÉG-MUTATÓ 2014-ES ÉRTÉKE CSATORNÁNKÉNT



- A mobilszolgáltatásokhoz kötődő tranzakciókat jellemzően jobbra értékelik, mint az otthoni szolgáltatásokhoz kötődőket.
- A telefonos ügyfélszolgálat erőssége a szakmailag felkészült, készséges ügyintézői csapat, viszont az ügyfelek nagy része bonyolultnak találja a menürendszer felépítését, sokallja a várakozási időt.
- Az ügyfelek továbbra is az IVR-t (telefonos menürendszer és önkiszolgáló ügyfélszolgálat) kedvelik a legkevésbé (hosszúnak találják a várakozási időt, a menürendszer bonyolultsága miatt nem jutnak el ügyintézőig).

A T-Systems az ügyfélelégedettség-méréseket az „M015. Ügyfélelégedettség-mérés” című munkautasítás szerint végzi.

A T-Systems jelenleg 4 szintű ügyfélelégedettség-mérést végez:

- Projektalapú mérés: minden hónap lezárulta után az adott hónapban végszámlázásra került, 5 M Ft feletti projektek esetén kerül kiküldésre egy kereskedelmi és projektmegvalósítási kapcsolattartónak webes projekt elégedettségmérési kérdőív.
- Kis- és közepes szolgáltatási ügyfelek elégedettségmérése: minden negyedév lezárultával 150–150 ügyfélnek kerül kiküldésre webes kis- és közepes szolgáltatásra vonatkozó ügyfélelégedettség-mérési kérdőív.
- Kiemelt szolgáltatási ügyfelek elégedettségmérése: félévente a kiemelt szolgáltatási szerződéssel rendelkező ügyfelek más-más 50%-ának kerül kiküldésre webes ügyfélelégedettség-mérési kérdőív.

- Hibabejelentéshez kapcsolódó elégedettségmérés: minden lezárt hibajegy után kiküldésre kerül egy rövid webes értékelő kérdőív a hiba elhárítására vonatkozó kérdésekkel.

A kitöltött ügyfélelégedettség-mérési kérdőívek adatait statisztikai feldolgozás után megkapják az adott mérésben érintett területek vezetői, akik az eredményeket és a tapasztalatokat beépítik a szervezeti egységük munkájába.

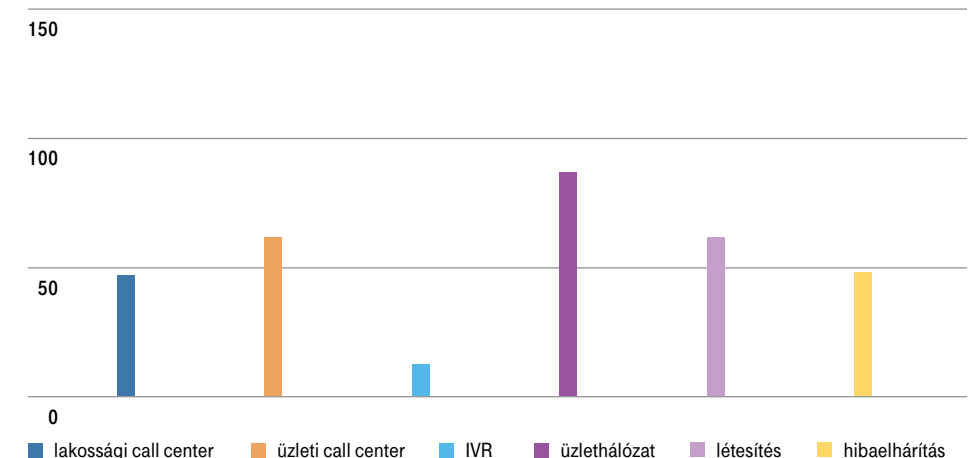
Azoknál az ügyfeleknél, akik a 6-os skálán 3-as vagy annál rosszabb választ adnak valamelyik kérdésre, vagy negatív szöveges értékelést írnak, automatikusan panaszjegy kerül felvételre, és esetleg is kivizsgáljuk a kivívóan alacsony értékelések okait, illetve szükség esetén javító intézkedéseket hozunk az ügyfél-elégedettség visszaállítására és növelésére.

Az egyes mérések összesített eredményei:

- projektalapú mérés: 5,02 (6-os skálán)
- kis- és közepes szolgáltatási ügyfelek: 4,82 (6-os skálán)
- kiemelt szolgáltatási ügyfelek: 4,92 (6-os skálán)
- hibabejelentésekhez kapcsolódó ügyfélelégedettség-mérés: 5,45 (6-os skálán)

Minden év végén a T-Systems Versenyképes-ség-fejlesztés ágazat a BellResearch piac-kutató céget megbízva vizsgálja az ügyfelek elégedettségét. A kutatás kitér az ügyfelek T-Systems szolgáltatásaival kapcsolatos elégedettségére, a TSM imidzsére és a továbbajánlásra is. A kutatás során az ügyfelek döntéshozóit kérdezték meg.

CES-MUTATÓ 2014-ES ÉRTÉKE CSATORNÁNKÉNT



AZ ADATKÖZPONT ÁGAZAT 2014. ÉVRE VONATKOZÓ ÜGYFÉL-ELÉGEDETTSÉG FELMÉRÉSE

Adatközponti kapcsolattartás	Rossz	Megfelelő	Jó	Kiváló	Mintaszám	2014/Átlag	2013/Átlag
Adatközpont elérhetősége	0	0	1	9	10	4,90	4,80
Közvetlen ügyfél-támogatási tevékenység	0	0	3	7	10	4,70	4,80
Ügyfélközpontúság	0	0	2	8	10	4,80	4,80
Technológiai környezet							
Elektromos rendszerek rendelkezésre állása	0	0	0	10	10	5,00	4,90
Gépészeti rendszerek rendelkezésre állása	0	0	0	10	10	5,00	4,90
Kolokációs szolgáltatás keretében kiépített átviteli hálózatok fizikai rendelkezésre állása	0	0	1	9	10	4,90	4,90
Műszaki személyzet elérhetősége	0	0	2	8	10	4,80	4,60
Műszaki személyzet rendelkezésre állása	0	0	1	9	10	4,90	4,80
Műszaki személyzettel történő kapcsolattartás	0	0	2	8	10	4,80	4,80
Műszaki személyzet szakmai ismerete	0	0	2	8	10	4,80	4,90
Biztonsági szolgálat							
Biztonsági szolgálat elérhetősége	0	0	1	9	10	4,90	4,90
Biztonsági szolgálat rendelkezésre állása	0	0	2	8	10	4,80	4,90
Biztonsági szolgálat szakmai felkészülése	0	0	4	6	10	4,60	4,90
Általános							
Kolokációs környezet minősége	0	0	1	9	10	4,90	4,80
Kolokációs környezethez közvetlenül kapcsolódó esetleges problémák kezelése	0	0	2	8	10	4,80	4,80
Összesen						72,60	72,50
Mintaszám						15,00	15,00
Átlag						4,84	4,83

A VÁLLALATI ÜGYFÉL-TÁMOGATÁSI ÁGAZAT ICCA-FELMÉRÉSE

ICCA-célérték 2014-ben	ICCA-eredmények 2014-ben
CC: 115 pont	CC: 119,7 pont
Dedikált pilot: 135 pont	Dedikált pilot: 156,5 pont
Kijárók: 165 pont	Kijárók: 184,1 pont

A kutatás során alkalmaztak webes kérdőíveket (~600 db) és személyes mélyinterjúkat is (~100). A kutatás eredményeit az érintett szervezetek vezetőivel is megismertetik, aminek célja, hogy a kutatás során feltárt hiányosságok alapján hozhassák meg az intézkedéseiket.

A Vállalati Ügyfél-támogatási Ágazatnál (VÜK) az ICCA-felmérés külső partner bevonásával történik. A módszer lényege, hogy a külsős cég (Szociográf) telefonon interjú keretében értékelteti az ügyféllel az ügyintézés. A felmérés eredményeit havonta a Közvetlen és Dedikált Kompetencia Központ vezetői és szakmai irányítói részletesen elemzik, aminek eredménye a havi teljesítményértékelés részét képezi. Az ügyfél-elégedettség javítása céljából a munkavállalók rendszeres oktatásban részesülnek. A képzések trénercégek segítségével, illetve saját belső oktatásként kerülnek megrendezésre.

Az Adatközpont ágazat 2014. évre vonatkozó ügyfél-elégedettség felmérése 2015 januárjában készült el. Az eredményeket az ügyfelek részére kiküldött kérdőív alapján határozták meg.

A Crnogorski Telekom ügyfél-elégedettségi méréseihez két értéket használ: TRI*M és NGICCA.

- A TRI*M T-Com és TRI*M T-Mobile mérése negyedévente történik, telefoninterjúk formájában. Módszer: Fieldwork ügynökség (interjú), adatfeldolgozás, rövid, közepes, hosszú hullámok

- Lakossági szegmens (vezetékes, illetve mobilsúlyozott):
- Növekedés éves alapon (68,7-ről 70,0)
 - Az előrelépés elsődleges mozgatórugói az Árképzés és Díjak területek voltak.

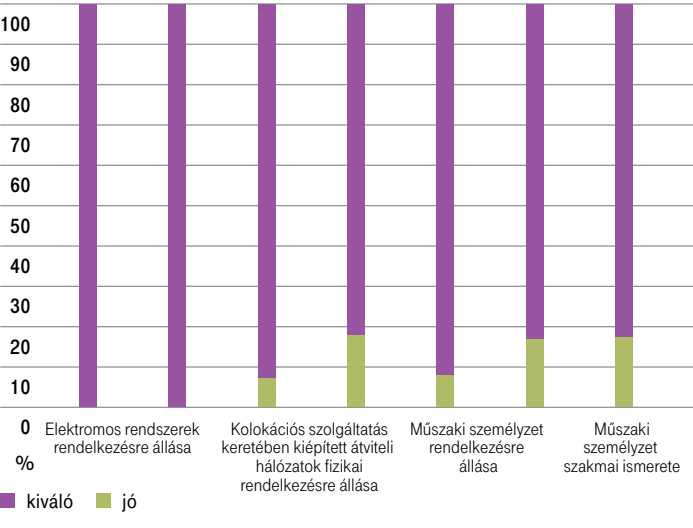
- Vállalati szegmens:
- Növekedés éves alapon (60,4-ről 61,5)
 - Az előrelépés elsődleges mozgatórugói az Árképzés és Díjak, illetve az Ügyfél-szolgálat területek voltak.

- A DTAG-tagvállalatok körében folyamatban van Next Generation ICCA program bevezetése. A program pontos és aktuális képet ad a tagvállalatok ügyfél-elégedettségi teljesítményéről (CS, értékesítés, TCS, önkiszolgálás). Az ügyfeleket 90 naponta keresik meg. SMS- és IVR-felmérések készülnek.

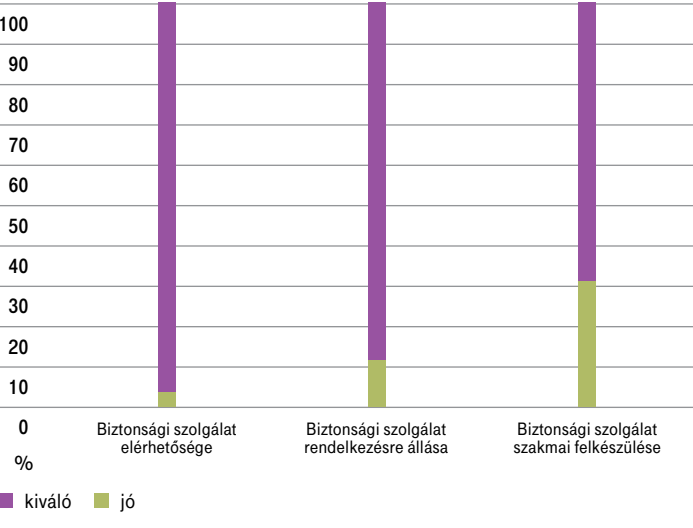
Az összes csatorna méri az éves alapon számított pontszám javulását vagy stagnálását:

- A CS 92,6 ponton stabilizálta az ICCA eredményét.
- A TCS 2,7 ICCA-ponttal javult.
- Az üzletek 10,3 ICCA-ponttal javultak.
- Az Önkiszolgáló üzlet 14,1 ICCA-ponttal javult.

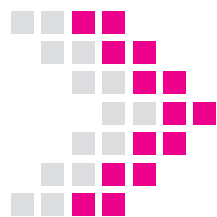
TECHNOLÓGIA



BIZTONSÁGI SZOLGÁLAT



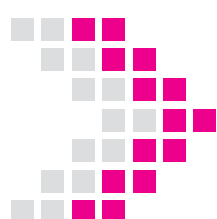
3.2. ÜGYFÉLPANASZOK KEZELÉSE



Hisszük, hogy a valós jelzéseken és ügyféligényeken alapuló javításokkal sikeresebbek lehetünk versenytársainknál, ügyfeleinknek pedig kifogástalan szolgáltatásokat tudunk biztosítani.

Valljuk, hogy a panaszok az ügyfeleinktől érkező hasznos jelzések, melyek segítenek feltárni az esetleges folyamatok vagy egyéb hiányosságokat. A korábbi évek tapasztalatai alapján kiemelkedően fontosnak tartjuk, hogy meghalljuk az ügyfél hangját, legyen szó panaszról vagy véleménynyilvánításról, és megtaláljuk azokat a pontokat, amelyeken javítva fokozható ügyfeleink elégedettsége a Magyar Telekom szolgáltatásai kapcsán.

A 2013-as év harmadik negyedében elindított Customer Feedback Management program tapasztalatai alapján, a feladatait kibővítve továbbfejlesztettük és 2014 októbertől a CFM-et önálló területként működtetjük. A CFM legfőbb célja az ügyfelektől érkező visszajelzések, panaszok mélyelemzése a problémákat okozó pontok feltárása érdekében. Az eredmények alapján rövid és hosszú távú, tapasztalatokra építő fejlesztési és oktatási tervek, folyamatjavítások megfogalmazására nyílik lehetőségünk.



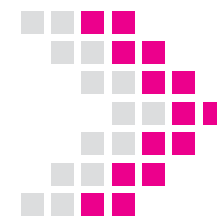
Az azonnali megoldások érdekében call centereinkben és üzleteinkben az eddigieknél is tovább bővítettük ügyintézőink tudását, kompetenciáját, ezzel egyben megnöveltük a panaszoknak azt a körét, amit azonnal kezelni tudnak, megkímélve ügyfeleinket a várakozástól.

Frontterületeinken dolgozó kollégáink a 2014. évtől kezdődően kibővített jogkörrel rendelkeznek, ami a panasszal hozzájuk forduló ügyfelek szélesebb rétegének azonnali kiszolgálását teszi lehetővé. A gyors, hatékony

Kiemelt fontosságúnak tekintjük, hogy ügyfeleink elégedettek legyenek termékeinkkel, szolgáltatásainkkal, munkatársaink ügyintézésével, de emellett az elmúlt évek során fokozatosan egyre nagyobb igény jelent meg a panaszkezelésben az elégedettségen túl az ügyfélművelés fokozására is. Éppen ezért a panaszok kezelése során is folyamatosan igyekszünk olyan megoldásokat alkalmazni, amelyekkel minden, ügyfeleink által jelzett panaszt elégedettséggé, sőt az egyedi igényekre szabott, minőségi és megnyugtató rendezéssel élménnyé fordíthatunk át.

A különböző csatornákon beérkező panaszok esetében, ahogy a korábbi években, 2014-ben is az volt a legfontosabb elvárásunk, hogy a panaszkezelés a legrövidebb idő alatt megtörténjen, az ügyfél problémáinak megoldására és kérdéseinek megválaszolására a lehető leggyorsabban, már az első kapcsolatfelvétel során sor kerüljön.

panaszkezelést a frontterületek saját kompetenciáinak bővítésén túl tovább fokozta a társterületekkel történő szoros együttműködésünk, ezzel megelőzve és nem utólag kezelve a felmerülő kérdéseket, panaszokat.



2014-es tevékenységünk eredményeként az átlagos panaszmegválaszolási és ügykezelési idők tovább javultak. Úgy gondoljuk, hogy a kitűzött célok elérésén túl további, kiemelkedően fontos feladatunk az, hogy ügyfeleinket ügyintézésünkkel olyan élményhez juttassuk, melyet más szolgáltatónál nem kaphatnak meg.

A panaszok legjellemzőbb okai:

- a gazdasági változások hatása – ügyfeleink érzékenyebbek és kevésbé toleránsak;
- fogyasztói tudatosság emelkedése – minőségi szolgáltatások igénybevétele;
- komplex, összetett szolgáltatások – bonyolultabb számlák, széles termékportfólió, ügyintézési hibák előfordulása.

2014-ben is „Az elektronikus hírközlési szolgáltatás minőségének az előfizetők és felhasználók védelmével összefüggő követelményeiről, valamint a díjazás hitelességéről szóló” 13/2011. (XII. 27.) NMHH-rendelet előírásait szigorúan véve végeztük tevékenységünket, betartva a hatóságok által a fogyasztók védelmében előírt jogszabályokat. Panaszkezelési folyamatunk tanúsításra került, az előírt minőségi mutatók teljesítésére vonatkozó tényértékeket az alábbi elérhetőségeken publikáltuk: http://www.telekom.hu/rolunk/vallalatrol/iranyelveink/minoseg_garancia http://www.telekom.hu/static/sw/download/2014_evi_Telekom_szolgaltatasminosegi_mutatok.pdf

A T-Systemshez 2014-ben összesen 57 ügyfélpanasz érkezett be. Ezeket minden esetben egyenként, esetenként az érintett szakterületek dolgozóinak bevonásával vizsgáljuk. A kivizsgálás eredményeit és a meghozott intézkedéseket a Szerviztevékenység-áttekintő riport Panaszkezelési melléklete tartalmazza (negyedéves bontásban).

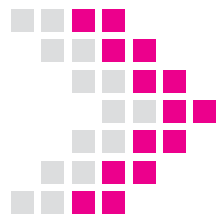
A Vállalati Ügyfél-támogatási Ágazat (VÜK) esetében az ICCM-ben rögzített ügyfélpanaszok száma 2014-ben: 19 817 db (melyből számlareklamáció: 12 701 db).

2014-ben 157 911 folyamatot kezeltünk, így a számlapanaszok aránya az összes ügyszám képest 8,04%, az egyéb panaszok aránya az összes ügyszám képest 4,51%, míg a panaszok aránya összesen 12,55%-os.

Kezdeményezések 2014-ben:

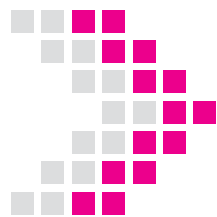
- Cashflow tudatos működésének oktatása a VÜK és a T-Systems vonatkozásában, mintegy 150 fő részvételével.
- Számlahibák csökkentésére tett intézkedések, pl.: Magyar Honvédség dolgozói ügykezelés leírása üzleteknek.
- Symposium: az előzetes munkálatokban részt vállaltunk: regisztrációk erősítése, meghívók kiküldése, ügyfelek tájékoztatása volt a feladatunk.
- Kreativitás és Innováció: képzés és innovációs pályázat VÜK-szinten.
- Mozdulj, VÜK!: a munkatársak teljesítményének fokozása és egészségének megőrzése érdekében heti rendszerességgel torna bevezetése.

Bármely, közvetlenül az Adatközpont ágazathoz befutó ügyfélpanasz esetén első lépésként az ügyfél-támogatási menedzser behatárolja a panasszal érintett területet. Amennyiben az ügyfél a kolokációs jogviszonyt érintő panasszal fordult hozzánk, azonnal megkezdjük a kivizsgálást, legyen az a szolgáltatás bármely fizikai elemét érintő probléma, adminisztrációt, számlázást, ügyfélkezelést érintő probléma, vagy akár valamelyik részterület kommunikációját érintő panasz. Kolokációs jogviszony fizikai szolgáltatási elemeinek gondja esetén az üzemeltetést irányító munkatársakhoz és a kompetenciaközpont-vezetőhöz delegálja a feladatot. Számlázási, könyvelési, szerződéskezelési panasz esetén – a probléma minél pontosabb körülírása mellett – értesíti a megfelelő területet, és javaslatot tesz a megoldás módjára és lehetőségeire a feltárt információ alapján. Kommunikációs probléma esetén a lehető legpontosabb felmérés és azonosítás után a szükséges lépéseket megteszi a hiba orvoslása irányába.



A Makedonski Telekomhoz 2014-ben a vezetékes szolgáltatással rendelkező ügyfelektől összesen 14 122 ✓ panasz érkezett, ami a 2013-es adathoz viszonyítva 25%-os csökkenés: ✓ ez elsődlegesen a szolgáltatáskiesések alacsonyabb számának köszönhető. Szolgáltatástípusonkénti bontásban az 1000 ügyfélre vetített panaszok száma 2014-ben a következőképpen alakult: vezetékes telefon: 30 ✓, internet: 32,5 ✓ és szolgáltatáscsomag: 21,4 ✓. A vezetékes szolgáltatások esetében az ügyfélszám 2014 végén a következők szerint alakult: 236 420, internetszolgáltatás: 152 379, IPTV-szolgáltatás: 98 690.

A mobilügyfelektől 25 080 ✓ panasz érkezett, ami 2013-hoz képest 11%-os növekedést ✓ jelent, elsősorban az új mobiladatcsomagok és a hívások megszakadásáért kirott kötbérek következtében. A panaszok 85%-a előfizetéses, 15%-a feltöltőkártyás ügyféltől érkezett. 2014-ben 1000 ügyfélre vetítve a mobilszolgáltatások körében felmerült panaszok száma a következőképpen alakult: feltöltőkártyás ügyfelek: 4,7 ✓, előfizetéses: 50,5 ✓. 2014 év végén a következő mobilügyfélszámokkal rendelkezünk: feltöltőkártyás: 773 305, előfizetéses: 423 937.



3.3. ÜGYFELEINK TÁJÉKOZTATÁSA

A Magyar Telekom Csoport folyamatosan törekszik arra, hogy ajánlatai minél egyértelműbbek és széleskörűen elérhetőek legyenek. A Magyar Telekom Nyrt. üzletágainak szolgáltatásairól és díjcsomagjairól az alábbi címeken lehet tájékozódni:
<http://www.telekom.hu/otthoni>
<http://www.telekom.hu/mobil/lakossagi/tarifak>
<http://www.telekom.hu/uzleti/>

További jelentősebb tagvállalataink szolgáltatásairól a következő címeken kaphatnak tájékoztatást:

- T-Systems: <http://www.t-systems.hu>
- Origo: <http://www.origomediagroup.hu/portfolio.html>
- Kitchen Budapest: <http://www.kitchenbuda-pest.hu/hu/kibu/projects/>
- KalászNet: <http://www.kalasznet.hu/>

2014-ben folytatjuk a mobil- és a vezetékes panaszok kezelését szabályozó folyamatok egységesítését. Az új szervezeti struktúrának (lakossági/vállalati) köszönhetően a panaszokkal kapcsolatos jóváhagyási folyamat megváltozott. A korábbi évekhez képest szintén megnövekedett a távközlési hatóság ellenőrzéseinek száma (kb. napi egy látogatás).

Crnogorski Telekomnál az ügyfélpanaszok száma 1000 ügyfélre vetítve szolgáltatások szerinti bontásban (vezetékes/mobil, internet stb.). Módszertan: összes panasz (írásos és szóbeli) összevetése a 2014. év végi (nem halmazott) ügyfélszámmal.

- 57 ✓ vezetékes
- 76 ✓ előfizetéses
- 13 ✓ feltöltőkártyás

2014-ben az ügyfélpanaszok kezelésével kapcsolatban a következő lépésekre került sor:

- A követelések és panaszok kezeléséről szóló vállalati utasítás 2014. augusztus 7-én került bevezetésre.
- „One billing and CRM” projekt: aktív szerepvállalás a projektben és az ügyfél-panaszkezelési folyamat továbbfejlesztésében.
- A panaszkezelési és a kintlevőség-kezelési folyamatok folyamatos javítása.

- Makedonski Telekom: <http://www.telekom.com.mk/en/>
- T-Mobile Macedonia: <https://www.t-mobile.mk/public/personal-customers.nsp>
- Crnogorski Telekom: <http://www.telekom.me/private-users.nsp>

A Telekom mobildíjcsomagjaival, szolgáltatásaival kapcsolatban a nap 24 órájában részletes tájékoztatás, illetve igény szerint módosítás kérhető a lakossági telefonos ügyfélszolgálaton, mely a Telekom mobil hazai hálózatából díjmentesen hívható a 1430-as, illetve feltöltőkártyás előfizetés esetén a 1777-es (Domino-központ) számon.

A Telekom-weboldalt könnyebben használhatóvá tettük, többek között a keresésnél megállapított hívószavak kiemelésével és a webshopszolgáltatás fejlesztésével – mindez együttesen gyors és egyszerű vásárlást tesz lehetővé. A szolgáltatások a következő weboldalon érhetők el: <http://www.telekom.hu/mobil/lakossagi/tarifak/szolgáltatások>.

A T-Systems-ügyfelek integrált ügyfélszolgálati kiszolgálása a 1400-as hívószámon és a TS_ugyfelnkapcsolat@t-systems.hu e-mail címre beérkező írásos ügyek kezelésével történik.

A Magyar Telekom számára különösen fontos, hogy meglévő és leendő ügyfeleit a hatályos jogszabályoknak megfelelően tájékoztassa hirdetéseiben. Mindent megteszünk annak érdekében, hogy reklámjaink – a megtevesztés lehetőségét kizárva – pontosan és egyértelműen jelenítsék meg aktuális ajánla-

tainkat. Ezért reklámkészítéssel kapcsolatos munkafolyamataink egyik fontos lépése a fogyasztóvédelmi szempontoknak és a GVH-iránymutatásoknak való megfeleltetés, valamint a jogi megfelelés ellenőrzése. Aktuális ajánlatainkat a lehető legtöbb kommunikációs eszköz igénybevételével, az adott reklámhordozó lehetőségeit maximálisan kihasználva juttatjuk el mindenkihez. Így biztosítjuk a minél teljesebb körű tájékozódás és ezzel együtt az átgondolt, felelős döntés lehetőségét.

3.4. ÜGYFELEINK BEVONÁSA



A hello holnap! díjcsomag speciális kedvezményt és élethelyzethez igazítható felhasználási opciókat kínál a különböző fogyatékossgal élők mindegyikének.

A fogyatékossgal élők számára kialakított díjcsomag volt az Európai Esélyegyenlőségi Nap kerekasztal-beszélgetésének apropója.

A díjcsomag-konstrukciót a Magyar Telekom az érintett civil szervezetek szakértői együttműködésével, célzottan a fogyatékossgal élők számára alakította ki. Létrehozásában részt vett a Siketek és Nagyothallók Országos Szövetsége, a Mozgáskorlátozottak Országos Szövetsége, a Magyar Vakok és Gyengénlátók Országos Szövetsége és az Értelmi Fogyaté-

kossággal Élők Országos Szövetsége, mely szakmai összefogás a garancia arra, hogy a szolgáltatást a fogyatékossgal élők teljes körének igényeihez igazították.

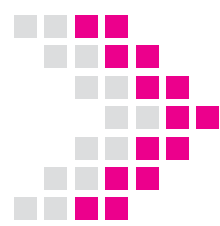
A kínálat a különböző mértékű hang-, SMS- és adatcsomag-verziók választásával alakítható a látásukban, hallásukban hátránnyal élők számára, illetve a mozgáskorlátozottak és értelmi fogyatékossgal élők számára egyéni igénytől függően. A különböző konstrukciók mindegyike speciális díjcsomagkedvezménnyel párosul.

ESÉLYEGYENLŐSÉGI NAP 2014. MÁJUS 5.



EGYÜTT. VELED

Európai Esélyegyenlőségi Nap



A kerekasztal-beszélgetés résztvevői arra keresték a választ, hogyan tudják az internet világához megnyitni a kaput az elérhető mobileszközök; mit jelent a digitális esélyegyenlőség a fogyatékossgal élők számára; és mit tud ehhez hozzátenni a kormány, a média és egy infokommunikációs szolgáltató.

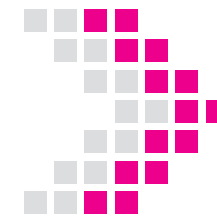


Kerekasztal-beszélgetés az Európai Esélyegyenlőségi Napon

Ezek a témák adták a keretet a Magyar Telekom Esélyegyenlőségi kerekasztal-beszélgetésén az Európai Esélyegyenlőségi Napon.

Április 13-án került sor a tavasz egyik legnépszerűbb sporteseményére, a Vivicitá Városvédő Futásra. A Vivicitá alkalmával adományok gyűjtésére is sor került: ebben az évben a UNICEF Magyarországot és a Gézengúz Alapítványt lehetett támogatni a futással. A szervezetek egy-egy támogatásra érdemes jó ügyet kínáltak fel minden futónak, aki rajthoz állt.

Különleges és örömteli mozzanata volt a versenynek, hogy a rákbetegségből felgyógyult Albert Kinga is elindult, aki életmódváltásával tette próbára akaraterejét, és új életet kezdett a sport segítségével. Kinga 2013 decemberében jelentkezett a Life.hu „Kezdd új életet!” elnevezésű felhívására, és egyike lett azoknak, akiket szakértők bevonásával segítenek álmuk megvalósításában: Kinga esetében a Vivicitá futóverseny egyik távjának teljesítésében. Az ő felkészülése erőt és biztatást adhat mindazoknak, akik szintén szeretnének változtatni az életmódjukon, többet sportolni, egészségesebben élni.



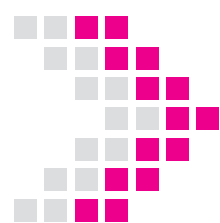
Az eseményhez csatlakozott a Fenntarthatósági Média Klub több szerkesztőségi munkatársa, hogy részvételükkel, különböző versenytávok teljesítésével népszerűsítsék a futósportot, valamint kitartásra buzdítsák Kingát és sorstársait.



Rajt a Vivicitán



Földlabda a Vivicitán



A digitális technika eszközei jelentősen hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a pedagógusok szándékai megvalósuljanak, és a gyerekek ne szakadjanak ki teljesen a társadalomból. Az internet-hozzáféréssel rendelkező laptopok például nagy segítséget jelentenek abban, hogy a gyerekek kapcsolatot tarthassanak iskoláikkal, osztálytársaikkal és barátaikkal, de abban is, hogy a pedagógusok érdekesebben mutathassák be nekik a tananyagot.

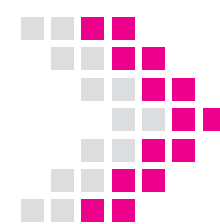
Gyermeknapra készült el a Szent István Bazilika előtti téren az a LEGO-torony, amelynek építését a LEGO Store Budapest szervezte, és amelynek főtámogatója a Magyar Telekom volt. Az óriás tornyot májusban öt nap alatt általános iskolás gyerekek és a Bazilikához látogató érdeklődők építhették fel, vagyis bárki részt vehetett a létrehozásában. Dániából hivatalos LEGO-építőmesterek is érkeztek, akik a munka menetéről és zavartalanságáról gondoskodtak a rendezvény ideje alatt.

Voltak azonban olyan gyerekek, akik betegségük miatt nem lehettek részesei a gyereknap hétféje nagyszabású rendezvénysorozatának.

A Magyar Telekom mint a rendezvény főtámogatója rájuk gondolt, amikor laptopokat adományozott a Kórházpedagógusok Egyesületének, mely szervezettel évek óta szorosan együttműködik. Az adományozásra a Gottsegen György Országos Kardiológiai Intézet Gyermekszív Központjában került sor, ahol évente 5-600 gyermekszívműtétre kerül sor. A Kórházpedagógusok Egyesülete többek között ezen az osztályon is fontos munkát végez annak érdekében, hogy a gyermekek betegségük ideje alatt is folytathassák tanulmányaikat, és a játékok vagy éppen játékos applikációk segítségével minél teljesebb gyermekkorot élhessenek meg.



A LEGO-torony építésének helyszíne a Bazilika előtt



A Magyar Telekom és a Fenntarthatósági Média Klub immár harmadik alkalommal díjazta a fenntarthatósági témákkal foglalkozó újságírók, szerkesztők publikációit, legyenek azok akár személyes sorsfordítókról vagy a bolygó helyzetéről szóló történetek.

2013 októbere után megjelent anyagokkal lehetett pályázni: „Alulnézet” kategóriában az egyéni vagy kisebb közösségeket érintő; „Nagylátószög” kategóriában a társadalmi, környezeti, gazdasági jelenségekről szóló zöld innovációs és edukációs tartalmakkal; és idén először díjazták a felelősen gondolkodók blogjait is.

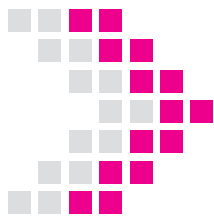
A fenntarthatósági sajtódíjra a pályázatok a két megközelítésre hasonló arányban érkeztek. A közelképet mutató, egyéni vagy kisközségeket érintő történetek elsősorban a magazinokban, illetve a tévécsatornák lifestyle műsoraiban kaptak felületet, míg a „Nagylátószög” kategóriára érkezett pályázati anyagok megjelenése inkább a gazdasági, közéleti médiafelületeken, hírportálokon jellemző.

Évről évre gyarapodik a tematikus blogok száma, nemcsak civil szervezeti háttérrel, hanem önállóan, egy-egy elkötelezett személy által működtetett felület formájában is.

„Alulnézet” kategóriában a fogyatékkal élő életmódját naturálisan bemutató cikk-sorozatával nyert Kempf Zita, a Nők Lapja Café újságírója; a „Nagylátószög” kategóriában nyertes Hegyeshalmi Richárdnak az index.hu-n publikált „Ha így megy tovább, mind beledöglünk” című írásából kapunk sokkoló státuszjelentést a klímaváltozásról. Mindkét kategória szerzője félmillió forint pénzdíjat kapott a Magyar Telekomtól. A háromszázezer forintot érő blog-kategóriadíjat Hagara-Nagy Nóra nyerte a „Propolisz – nagyvárosi zöld életérzés” bloggal.



A fenntarthatósági sajtódíj három nyertese



A Magyar Telekom 1997 óta szervez Fenntarthatósági Kerekasztal-beszélgetést érdekelt felei számára kormányzati, tudományos, civil szakértők és a vállalati szféra képviselőinek részvételével.

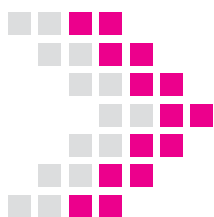
Az eszmecsere célja a párbeszéd, a közös gondolkodás, a fenntartható jövő építésére irányuló együttműködés segítése és a vállalattal szemben támasztott elvárások megismerése.

A Fenntarthatósági Kerekasztal-beszélgetés keretében ismét kiosztásra kerültek a DELFIN Díjak (Díj egy ELkötelezett, Fenntartható, Innovatív Nemzedékért). A díjra bármely Magyar-

országon működő vállalkozás pályázhatott. Tudatformálásért, edukálásért az „Új Utca Kufesztivál”-ért kapott díjat a Sopron és Térsége Környezetvédelmi és Hulladékgazdálkodási Kft., megvalósult innováció témában az energiahatékonny és kisebb környezeti terhelést jelentő fűtéstechnikai rendszerért pedig a Magyar Telekom egyik beszállítója, a Vasi FULL-TÁV Kft. törekvéseit értékelte kimagaslónak a zsűri.



XV. kerekasztal-beszélgetés



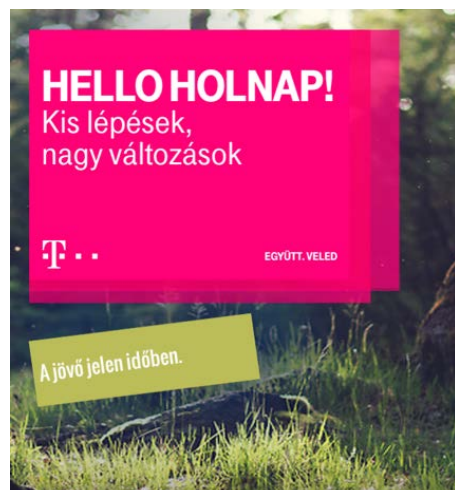
A Magyar Telekom megközelítése szerint a fenntarthatóság eszmeiségét szeretné a mindennapok részévé tenni, és konkrét példákon keresztül bemutatni, mit jelent a felelős hozzáállás.

A fenti gondolatból indult ki a Magyar Telekom, amikor megalkotta és útjára is indította a hello holnap! mobiltelefonos applikációját, amelynek lényege, hogy bizonyos, a fenntartható fejlődést támogató feladatok teljesítése során pontokat lehet szerezni, amely pontokat valódi forintokra válthatják be és adományozás céljára fordíthatják az alkalmazás felhasználói.

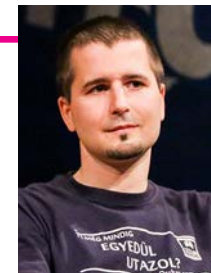
Az alkalmazás felhasználói egy nagy játék résztvevőivé válnak, amelyben különböző feladatok – mint például részvétel a Magyar Telekom és partnereinek eseményein; akciók, amelyekbe bármikor be lehet kapcsolódni; egyéb feladatok – elvégzését vállalhatják. A

kihívások teljesítésével megszerzett pontok, szintén az alkalmazás segítségével, forintokra válthatók: ezt a felhasználó számára fontos, fenntarthatósággal kapcsolatos célokért küzdő szervezetnek lehet adományozni. Az alkalmazásban változatos kihívások találhatók, amelyek közül kiválaszthatja, melyiket szeretné és tudja vállalni a résztvevő.

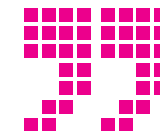
A hello holnap! applikáció játékaának partnerei között található például a 30km.hu, az Oszkár telekocsi, a Szatyor bevásárlóközösség, valamint támogatható szervezetként az Ökoszolgálat, a Demokratikus Ifjúságért Alapítvány, a Zöld Fiatalok Egyesület, a Civil Kollégium Alapítvány és a Kortárs Építészeti Központ.



hello holnap! mobilapplikáció

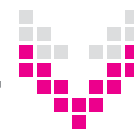


PRÁCSEER ATTILA
társalapító
Oszkar.com telekocsi



Véleményem és tapasztalataim szerint a telekocsizás sokaknak az első lépést jelenti az erőforrások megosztásáról egy új gondolkodásmód kialakítása kapcsán. A megosztás ezen módjában jelen van a „tulajdonos”, közvetlen és folyamatos kontrollt biztosíthat a megosztani kívánt dolog, a jármű és annak szabad helyei felett, viszont élményszerűen tapasztalja a megosztás előnyeit. Ezért különösen nagy felelősségünk van abban, hogy mennyire széles kört és milyen üzenettel sikerül megszólítani, bevonni a közösségbe.

A Oszkár telekocsinál a közösségi gazdaság egyik hazai úttörőjeként a fenti cél elérése érdekében folyamatosan keressük a lehetőséget a témával szimpatizálókval való partnerségek kialakítására – magánszemélyekkel, egyesületekkel, alapítványokkal és különböző társadalmi szervezetekkel működünk együtt már 2007-es indulásunk óta. Nagy örömeinkre szolgál, hogy 2014-ben végre a Telekom révén a nagyvállalati szektor felől is nemhogy nyitottságra, de kezdeményezőkésszégre találtunk. A Fenntarthatósági Napon való megjelenési lehetőség, a hello holnap! mobilapplikáció szolgáltatásai közt való részvétel vagy épp a célcsoportszinten szervezett Közösség ereje kampány mind hozzájárult ahhoz, hogy olyan csatornákon jussunk el a célközönségünkhöz, melyekhez kis kisvállalkozásként nem lett volna hozzáférésünk.



A 2014-es év rendhagyó kampánya volt a Közösség ereje.

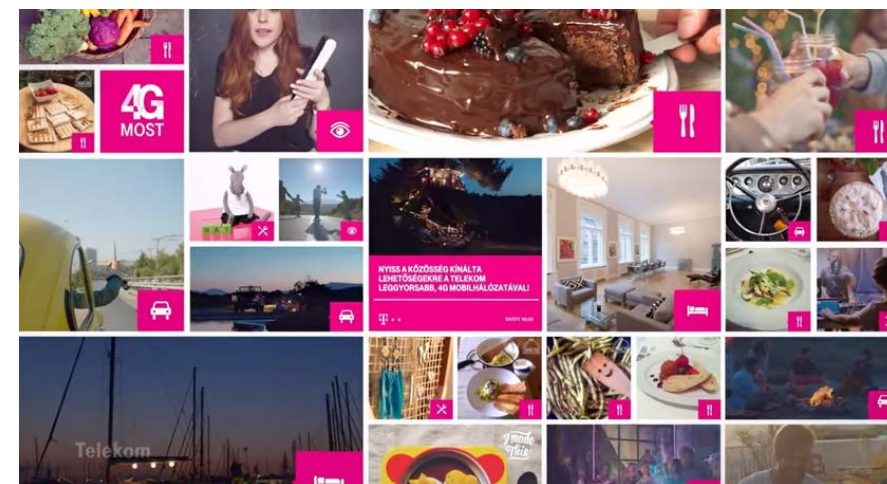
A kampány a közösségi megosztáson alapuló gazdaságot mutatta be. A vállalat szerint az új életforma kialakulásában kulcsszerepe van a telekommunikációs hálózatoknak és okoseszközöknek, és az erre épülő vállalkozások sikere is nagyban függ tőlük. Ezért a hazai vállalkozások népszerűsítésére mobil eszközökön is elérhető platformot hozott létre.

A közösségi gazdaság olyan üzleti modellt takar, amely a források, eszközök megosztására épül, lehetővé téve a felhasználóknak, ügyfeleknek, hogy akkor használjanak valamit, amikor épp szükségük van rá, mindezt anélkül, hogy meg kellene vásárolniuk. A szélessávú internetnek köszönhetően az akár azonnali igények találkozhatnak az aktuális kínálattal, ráadásul sokkal nagyobb tömegek számára, strukturált formában válnak elérhetővé a megosztást lehetővé tevő platformok. Ma már a GPS-funkciós okostelefonok segítségével pontosan láthatjuk, hol parkol a kölcsönzésre váró autó, a közösségi oldalnak köszönhetően megnézhetjük előre, hogy kinek az otthonában töltünk pár napot, a fizetés és a számlázás pedig a közvetítő biztonságos felületén keresztül történik. A közösségi gazdaság kibontakozásában fontos szerepet töltenek be az online szerveződő közösségek, amelyeket egymás iránt szolidáris, egymást segítő emberek hoztak létre, továbbá a tulajdonunkban lévő

termékek jobb kihasználásának igénye, hiszen a meglévő javak hatékony kihasználása csökkenti a túlermelés veszélyét és ökológiai lábnyomunkat is.

A kampány részeként a www.telekom.hu/kozossegereje címen elérhető weboldalon mutatkoztak be az Oszkár és az Autohop hazai telekocsi-szolgáltatók, a Miutcank.hu, amelynek segítségével az egy környéken élők kérhetnek egymástól és tehetnek egymásnak szívességet, adhatnak tippeket megbízható mesterekre. A Rukkola, amelynek tagjai a birtoklás élményéről lemondva inkább az olvasását élvezik. A Piquiq ételmegosztó, ahol nemcsak az ételek fotóit és receptjét oszthatjuk meg másokkal, de magukat a kulináris élményeket is. Fellelhetők voltak itt a közösségi kertek, amelyek

közösségteremtő erejük mellett friss zöldséggel, gyümölcssel, fűszernövényekkel látják el az őket gondozó városlakókat. A 30 km.hu, amelynek segítségével feltérképezhetjük, sőt meg is rendelhetjük a környékünkön élő termelők, kézműves mesterek friss, minőségi áruit. Innen bárki gyorsan feltérképezheti a közösségi irodák, mint a Loffice, a Thehub és a Kaptár kínálatát, és kreatív megoldásokra lelhet a tudásmegosztást zászlójára tűző Kreaod segítségével. Végül, de nem utolsósorban megtalálható volt itt a Tasclr is, amely feladatokat és segítséget közvetít, és a Járókelő, ahol bejelenthetjük, ha jártunkban-keltünkben a közösség életét befolyásoló történet, meghibásodást tapasztalunk, és a rendszer – helyettünk – értesíti az illetékeseket, a probléma pedig megoldódik.



Közösségi gazdaság a Magyar Telekomnál