



4.

ÜGYFÉLKAPCSOLATOK

4.1.	Ügyfél-elégedettség	36
4.2.	Ügyfeleink bevonása.....	38
4.3.	Ügyfeleink tájékoztatása	40



MÉRY KATALIN
ÜGYFÉLSZOLGÁLATI
IGAZGATÓ,
MAGYAR TELEKOM

Ügyfeleink számtalan csatornán kapcsolatba léphetnek velünk, és számunkra az a legfontosabb, hogy bárhol is találkozunk, minőségi, élményben gazdag kiszolgálást tudjunk nyújtani. Ebben segítségünkre lehetnek az új generációk körében különösen népszerű online kommunikációs csatornáink, melyek egyben fenntarthatóak is. Közös érdekünk, hogy külső-belső edukációval ide tereljük tranzakcióink jelentős részét, hiszen ügyfeleink életét is megkönnyíti, ha hosszadalmas sorban állás helyett kényelmesen, saját otthonukból, akár a kanapéről kapcsolatba léphetnek velünk. Komoly erőforrásokat fordítunk arra, hogy az egyszerű, emberi közreműködés nélkül is megoldható folyamatokat automatizáljuk, és ügyfeleink alapos tájékoztatására is nagy hangsúlyt fektetünk. Számos törekvésünk bizonyítja elkötelezettségünket, mint például a digitális dokumentumkezelés és

az egyre növekvő arányú távmunka. Partnereink kiválasztásánál is szempont, hogy fenntarthatósági értékrendjük illeszkedjen a Telekoméhoz.

A minőségi kiszolgálás kulcsa az online vállalattá válásban rejlik, ezt bizonyítja, hogy a chat népszerűsége meredeken ível felfelé, és ugyanez elmondható a Facebook-oldalunkról is, amely ma már szerves része az ügyfélkiszolgálásnak. A kérdések teljes palettája megjelenik itt, és a válaszainkat több tízezren olvassák.

A legfontosabb dolog, ami hosszú távon tartósan versenyelőnyt jelenthet, az a minőségi ügyfélkiszolgálás minden csatornánkon. Nem lehet eléggé hangsúlyozni, hogy a minőség vállalatunk hosszú távú sikerének kulcsa, ezért ügyfélszolgálati szinten is elköteleztettek vagyunk a fenntartható fejlődés mellett.

4.1 ÜGYFÉL-ELÉGEDETTSÉG

A **Magyar Telekom** negyedéves rendszerességgel végez komplex ügyfélelégedettség-méréseket, melyek keretében folyamatosan monitorozza ügyfelei általános elégedettségét, csakúgy, mint az elégedettséget befolyásoló szolgáltatáselemek (pl. hálózatminőség, termékkínálat, ügyfélszolgálat stb.) megítélését részleteiben is. A mérések mind módszertanukban, mind az eredmények tekintetében külön-külön értelmezhetők a Magyar Telekom vezetékes 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

a 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.

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 változások 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

2015-ös eredményei alapján a Telekom teljesítménye – ügyfelei megítélése szerint – megfelel az iparág európai szintű átlagának.

A mobilpiacon a szolgáltatókkal való elégedettség nagyon kiegyenlített, markáns különbség nem tapasztalható, összességében azonban elmondható, hogy a havi számlás ügyfelek elégedettsége kis mértékben meghaladja a kártyás ügyfelekét.

Az egyes szolgáltatáselemeket külön is szemügyre véve azt láthatjuk, hogy a Telekom legfőbb erősségei az általános hálózati tényezők és a lefedettség, az új termékaínlatok, a márkához való érzelmi kötődés és a lojalitásprogram. A Telekom további erősségei a versenytársakkal szemben a készülékek, illetve a készülékupgrade-ek. 2014-hez képest javult továbbá a Telekom megítélése a számlázás terén is.

A mobil- és a vezetékes szolgáltatások szektorának elégedettségi eredményei 2013-ra azonos szintre kerültek, 2014/2015-ben pedig a vezetékes szolgáltatások megítélése már valamivel kedvezőbb, mint a mobilpiacon. A vezetékes piac szereplőinek eredményei az utóbbi években kismértékű trendszerű növekedést mutatnak.

Az egyes szolgáltatók eredményei a mobilpiachoz hasonlóan itt is közel vannak egymáshoz, egységesen magas színvonalú szolgáltatást nyújtanak.

A 2015-ben a Telekom átlagos éves teljesítménye az európai iparági benchmark felső 10%-ának értékét közelítette meg.

A Telekom legfőbb erősségei közé tartozik a kínált szolgáltatások és termékek összessége és azok megújuló kínálata, valamint a hálózat kiépítettsége. További erősségek közé tartozik az ügyfél-tájékoztatás, az ügyintézők szakértelme és a weboldal megítélése. Csakúgy, mint a mobilpiacon, itt is nagyon erős és kedvező a márkához való érzelmi kötődés és a lojalitási program megítélése.

Üzleti ügyfélkör

Az üzleti mobilszolgáltatások piaca stabil teljesítményt nyújtott 2015-ben, az egyes szolgáltatók megítélése közel azonos.

A Telekom fő erősségei a hálózattal kapcsolatos tényezők és a lefedettsége, a mobilkészüléken használt mobilinternet, továbbá jól teljesít a meglévő és új ajánlati termékek megítélése terén. Szintén kedvező az ügyfél-tájékoztatás és a weboldal megítélése, és a lakossági piachoz hasonlóan nagyon erős az ügyfelek érzelmi kötődése a Telekomhoz.

A vezetékes szolgáltatások esetében a Telekom 2015-ben megőrizte, sőt tovább fokozta kedvező szolgáltatói megítélését önmagához és a versenytársakhoz képest is.

A Telekomot a széles körű szolgáltatás- és termékkínálat és azok folyamatosan megújuló volta különbözteti meg leginkább a versenytársaktól. További erősségei még az ár-érték

arány és a számlázás, az ügyfelek tájékoztatása, valamint az ügyintézők szakmaisága és a megrendelések gördülékenysége.

A lakossági piacokhoz és az üzleti mobilpiachoz hasonlóan az ügyfelek jó kezekben érzik magukat a szolgáltatónál, és megbízható partnernek tekintik a Telekomot, vagyis erős az érzelmi, a márka iránti elköteleződés.



Az általános elégedettségmérés mellett az egyes ügyfélkapcsolati eseményekkel való elégedettséget a Next Generation International Customer Contact Analysis (NG ICCA) felmérés keretein belül folyamatosan figyelemmel kísérjük. A mérés célja nyomon követni az ügyfelek által érzékelt kiszolgálási minőséget, illetve információt szerezni az ügyfelek elégedettségéről, az ügyfélszolgálasunkkal vagy az önkiszolgáló csatornáinkkal kapcsolatos benyomásairól.

A megkeresés tranzakcióalapú, ügyfeleinket az ügyfélkapcsolati esemény után 24–48 órán belül megkérdezzük. A mérés lakossági és üzleti ügyfélkörre egyaránt kiterjed.

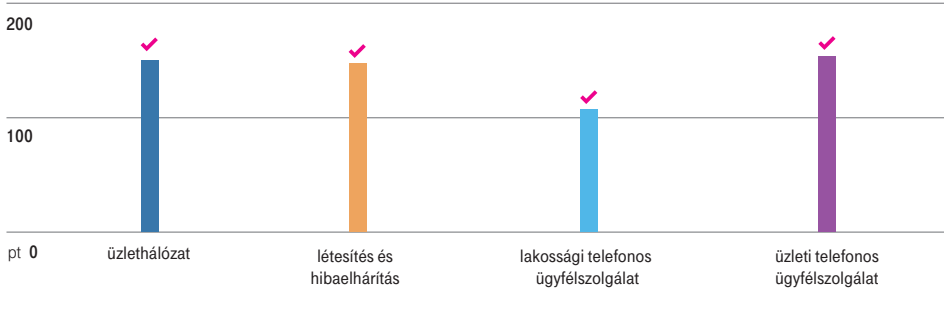
A kutatásba bevont csatornák:

- üzlethálózat
- otthoni szolgáltatások létesítése és hibaelhárítása
- lakossági telefonos ügyfélszolgálat
- üzleti telefonos ügyfélszolgálat

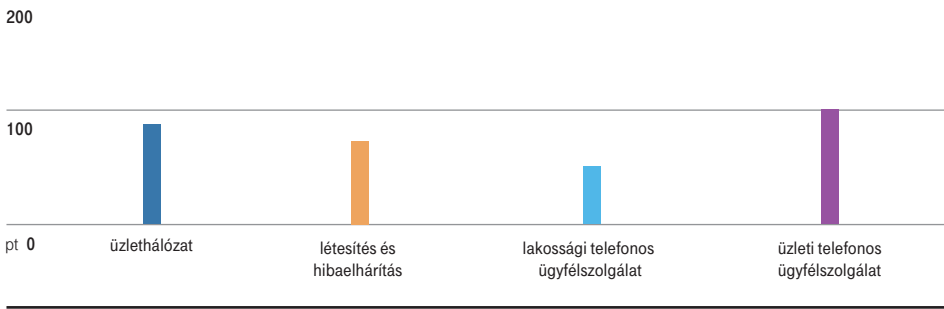
Az átfogó elégedettségen túl a felmérés másik fontos mutatója az úgynevezett CES (Customer Effort Score). A Harvard Business Review-ban megjelent *Stop Trying to Delight Your Customers* című tanulmány alapján a tranzakcióalapon feltett kérdések esetében az ügyfelek lojalitása legszorosabban azzal függ össze, hogy mennyi személyes erőfeszítésükbe kerül az ügyüket, ügyeiket elintézni. A CES egyetlen kérdéssel, ötfokozatú skálán mérhető: „Mennyi energiát kellett fordítania arra, hogy ügyét elintézzze?”

Mind az átfogó elégedettséget, mind a CES-mutató eredményeit –200-tól +200-ig terjedő skálán értelmezzük. Az átfogó elégedettséget, a CES-mutatót és a szabad szöveges visszajelzéseket összefüggéseikben folyamatosan elemezzük, még több értéket teremtve ezzel mind az ügyfeleknek, mind pedig a vállalatnak.

ÁTFOGÓ ELÉGEDETTSÉGMUTATÓ 2015-BEN, CSATORNÁNKÉNT



CES-MUTATÓ 2015-BEN, CSATORNÁNKÉNT



2015-ös átfogó elégedettségi eredmények:

- A nagyobb arányban értékesítési jellegű tranzakciókat végző lakossági üzlethálózattal elégedettebbek az ügyfelek, mint a nagyobb arányban ügyfélszolgálati jellegű tranzakciókat végző telefonos ügyfélszolgálatlaltal.
- A dedikált üzleti ügyfélkapcsolati pontokat az üzleti ügyfelek magasabbra értékelik, mint a tömeges kiszolgálást végzőket a lakossági ügyfelek.

A **T-Systems Magyarország** az ügyfélelégedettség-méréseket jelenleg többszintű mérésekben keresztül végzi.

Stratégiai elégedettségi kutatás

Az éves elégedettségi kutatás lebonyolítása a Magyar Telekom Csoport Stratégiai igazgatóságának támogatásával, külső partner segít-

ségével történik. A kutatás során az ügyfelek döntéshozóit kérdezzük meg.

A kutatás során személyes mélyinterjúkra és kérdőíves felmérésre is sor kerül. A kérdőíves kutatási szakaszban a teljes ügyfélkörből kialakított mintának teszünk fel kérdéseket, míg a mélyinterjúk során az ügyfélszegmensekből súlyozott arányban választjuk ki a legnagyobb ügyfeleket. A kérdőíves és mélyinterjúk esetén a döntéshozóknak lehetőségük van anoním értékelésre is.

Az éves elégedettségi mérésbe iparági benchmarkkérdéseket is beépítettek. Annak érdekében, hogy az ügyfélelégedettség-mérés valóban független legyen, a mérést és értékelést piackutató partner végzi el.

Az eredményeket a T-Systems teljes teljesítményére, szolgáltatási területekre, vertikumokra lebontva dolgozzák fel, és bemutatják az érintett szakterületek képviselői számára.

Kapcsolattartói elégedettségi kutatás

2015-ben a korábbi bonyolult (projekt, top200, top2000) ügyfélelégedettség-mérési módszereket a kapcsolattartói elégedettségi kutatás váltotta fel.

Kapcsolattartói elégedettségi kutatásra minden negyedév végén kerül sor azon ügyfelek esetén, akik igénybe vették a T-Systems telefonos vagy e-mailes hibabejelentési, ügyintézési folyamatait. Így megkérdezzük azon ügyfelek kapcsolattartóit, akik hibabejelentéseikkel, panaszaikkal a Vállalati ügyféltámogatási ágazathoz vagy a T-Systems Service Deskhez fordultak.

Vállalati ügyféltámogatási ágazat (VÜK)

A Vállalati ügyféltámogatási ágazat tevékenységével kapcsolatban az ügyfelek elégedettségét havonta mérjük. A mérés során minden ügyfél megkérdezésére sor kerülhet, aki az adott időszak alatt kapcsolatba lépett a Call Centerrel. Az ügyfelek megkérdezésénél további szempont, hogy az adott ügyfél rendelkezik-e dedikált kapcsolattartóval, és a kapcsolattartó beleegyezett-e a megkeresés lehetőségébe.

Az ügyfelek elégedettségének mérése során az ICCA-módszertan alapján kialakított kérdőív alkalmazására kerül sor.

ICCA-CÉLÉRTÉK 2015-BEN:	ICCA-EREDMÉNYEK 2015-BEN
CC: 115	CC: 117,4
Dedikált: 145	Dedikált: 168,02
Kijárók: 165	Kijárók: 192,63
Aggregált eredmény: 141,6 pont	

Képviseljük, hogy a valós jelzéseken és ügyféligényeken alapuló megoldások, fejlesztések által a Magyar Telekom-ügyfeleknek kifogástalan szolgáltatásokat tudunk biztosítani, így szolgáltatásaink használata, a „Telekom-ügyfél vagyok”-élmény a kapcsolat minden szakaszában fenntartható és fejleszthető. Hisszük, hogy a kitűzött célok elérésén túl további, kiemelkedően fontos feladatunk az, hogy ügyfeleinket ügyintézésünkkel olyan élményhez juttassuk, melyet más szolgáltatónál nem kaphatnak meg.

Hibabejelentésekhez kapcsolódó ügyfélelégedettség-mérés

A hibabejelentésekkel a T-Systems Service Deskjét megkereső ügyfelek esetén a hiba megoldásáról kapott tájékoztató e-mailek egyedi, a kérdőívre mutató linket is tartalmaznak. Az ügyfelek által visszaküldött értékeléseket dedikált menedzser követi figyelemmel és dolgozza fel napi szinten. Amennyiben indokolt, azonnali kivizsgálást, intézkedést kezdeményez.

Az ügyfelek által adott értékeléseket, megfogalmazott kritikákat hetente áttekintjük, ami további intézkedések megfogalmazását és megvalósítását eredményezheti az ügyfél elégedettségének javítása érdekében.

A **Crnogoski Telekomnál** az ügyfél-elégedettséget kétféleképpen mérjük: TRI*M és NGICCA módszertannal.

1) A TRI*M T-Com és TRI*M T-Mobile mérése negyedévente történik telefoninterjúk formájában. A telefonos interjúkat és az adatfeldolgozást egy független kutató ügynökség végzi mind a közepes, mind a hosszú mérési hullámok esetében.

A lakossági szegmens kompozit indexének éves átlaga (amely a megfelelő arányokkal súlyozott vezetékes és mobilindexekből áll) éves alapon 70-ről 64,5-re csökkent.

A vállalati szegmens esetében az éves átlagos index 61,5-ről 56,8-ra csökkent.

A mobilszegmensben mért piaci elégedettség összességében csökkent (ideértve a versenytársakat is), főként az általános gazdasági helyzetnek és a lakosság megnövekedett érzékenységeinek köszönhetően. A CT 2015. évi legösszetettebb projektje az új számlázási és CRM-rendszer bevezetése volt. A bevezetést követő problémák befolyásolták a negyedik negyedév mobil- és vezetékes eredményeit. A rendszer márciustól decemberrig tartó lefagyása akadályozta az új termékek bevezetését.

2) A DTAG NatCo-k körében folyamatban van Next Generation ICCA-program bevezetése. A program pontos és aktuális képet ad a NatCo-k ügyfél elégedettségi teljesítményéről (Ügyfélszolgálat, Értékesítés, TCS, Önkiszolgálás).

Az ügyfeleket 90 naponta keresik meg, sms- és IVR-felmérések készülnek.

Az éves alapon számított trendek alapján a TCS, az üzletek és az önkiszolgáló üzletek ICCA-pontjai javultak, a CS stabilizálta eredményét.

Az IVR frissítését követően (több automatizált lehetőséget biztosítunk a nem értéknövelt tranzakcióknál) csökkent az elégedettség mind a CS, mind az önkiszolgálás esetében, mert az ügyfelek hozzászórtak ahhoz, hogy operátor szolgálja ki őket. Bevezettük az elégedetlen ügyfelek ügyfélszolgálati vezetők általi visszahívását, hogy ily módon is növeljük a csatornával kapcsolatos ügyfél-elégedettséget.

Tudjuk, hogy a panaszok az ügyfeleinktől érkező hasznos jelzések, melyek segítenek feltárni az esetleges folyamatok vagy egyéb hiányosságokat, épp ezért kiemelkedően fontosnak tartjuk, hogy meghalljuk az ügyfél hangját, legyen szó panaszról vagy vélemény-nyilvánításról, és megtaláljuk azokat a pontokat, amelyeken javítva fokozható ügyfeleink elégedettsége a Magyar Telekom szolgáltatásai kapcsán.

Az elmúlt évek során fokozatosan egyre nagyobb hangsúlyt fektetünk a panaszkezelésben az elégedettségen túl az ügyfélélmény fokozására is. Éppen ezért a panaszok kezelése során is folyamatosan olyan megoldásokat alkalmazunk, amelyekkel minden, ügyfeleink által jelzett panaszt elégedettséggé, s az egyedi igényekre szabott megoldásokkal, minőségi és megnyugtató rendezéssel élménnyé fordíthatunk át.

4.2 ÜGYFELEINK BEVONÁSA

Digitális Híd

A Digitális Híd Kistelepüléseken program keretében az elmúlt tizenegy évben 198 kistelepülésen közel 5000 résztvevőnek tartottak ismeretterjesztést a Magyar Telekom önkéntesei, és hozzájuk csatlakoztak a média ismert arcai, mint például Novák Péter, Harsányi Levente vagy Galambos Péter.

A Digitális Híd Kistelepüléseken programról a 2.1 Digitális felzárkóztatás fejezetben olvashatnak részletesebben.

Föld órája

2015. március 28-án 20:30–21:30 között került megrendezésre a **Föld órája** elnevezésű, világméretű önkéntes megmozdulás. A világ 162 országában, köztük Magyarországon is rengetegen csatlakoztak a kezdeményezéshez, amihez nem kellett más tenni, mint lekapcsolni egy órára a villanyt. Országosan 10 Telekom-üzlet csatlakozott a megmozduláshoz, melyekben elektromos áram használata

helyett gyertyákkal világítottak, a kivetítőkre pedig a Föld órájáról szóló anyagok kerültek.

hello holnap! mobilapplikáció

A 2014-es Fenntarthatósági Napon debütált applikációt 2015 végéig közel 7500 fő töltötte le. Az értékelések alapján a különböző szoftveráruházakban található applikációk közül a hello holnap! az egyik legjobbnak értékelt telekomos app.

A felhasználók az applikáción keresztül pontokat gyűjthetnek, ezeket forintra válthatják és eladományozhatják az alkalmazásban felsorolt civil szervezeteknek.

2015. április 22-én véget ért a hello holnap! applikáció első adományozási időszaka. Az alkalmazással a felhasználók összesen 6135 pontot gyűjtöttek össze, melyek közül 1132 pontot, azaz 113 200 Ft-ot adományoztak el. Június 12-én újraindult az adományozás, új szervezetek bevonásával.

Vivicittá

A 30 éves jubileumi futás 2015-ben kétnaposra bővült. A tízezres tömegeket megmozgató rendezvény rendkívüli népszerűségét annak is köszönheti, hogy a család minden tagja megtalálhatja a kondíciójának és felkészültségének megfelelő távot: Vivicittá (10 km), Midicittá (7 km), Minicittá és gyaloglás (2,5 km), 3 fős váltó (3x2 km), családi futás (700 m), valamint a komolyabb felkészültséget igénylő félmaraton (21 km). A kétnapos futófesztiválon a gyerekeket a Telekom okosdigitális játszótérre várta, ahol szüleikkel együtt kipróbálhatták a legújabb okoseszközöket, digitális világgal kapcsolatos teszteket oldhattak meg, készségfejlesztő applikációkkal ismerkedhettek meg, és többféle logikai játékkal is játszhattak.

Az eseményhez ismét csatlakozott a Fenntarthatósági Média Klub (FMK) több szerkesztőségi munkatársa, hogy részvételükkel,

különböző versenytávok teljesítésével felhívják a figyelmet gyermekeink, a jövő generációja testi és lelki egészségének megóvására, miközben együtt népszerűsítik a mozgást, a futósportot.

A Telekom Vivicittá városvédő futás Nyíregyházára és Pécsre is ellátogatott: a futás szerelmei 2,8 kilométert futhattak a városok legszebb belvárosi részein.

hello holnap! pontok a Vivicittán!

A futóversenyen mind a szurkolók, mind a futók 5 hello holnap! pontot gyűjthettek be, a különleges Suhanj!-futamon indulók pedig 5 extrapontot szerezhettek, ha az alapítvány versenyzőit támogatva futották le a távot.

Telekomos ingatlan területén nyílt meg a főváros legnagyobb közösségi kertje

Május 27-én adta át a főváros legnagyobb közösségi kertjét Szomolányi Katalin, a Magyar Telekom Vállalati Fenntarthatósági Központ vezetője, Finta Sándor, Budapesti Központ (KÉK) kurátora. A 2600 négyzetméteres telek a Soroksári és Határ út sarkán, egy használaton kívüli Telekom-ingatlan területén található. A parcellákon a környékbeli lakosok zöldséget, gyümölcsöt, gyógy- és fűszernövényeket termeszthetnek, amihez a KÉK szakmai segítséget kínál. A **Kerthatár Községi Kertben** körülbelül 100 parcella van, az átadás idején 60 már gazdára talált, így több család, mintegy 150 ember kezdte el megművelni a területet.

A Kerthatár Községi kert mellett két másik Telekom-ingatlanon is működik már közösségi kert, a **Csárdás Kert** és a **Kékvirág Községi Kert**.



PENDERT GÁBOR
KOMMUNIKÁCIÓS
SENIOR MENEDZSER,
MAGYAR TELEKOM

Telekom Vivicittá Városvédő futás – az év első futóversenye. 2015-ben már 30. alkalommal! Minden futó készül rá. És nemcsak a futók, hanem mindenki, aki szereti a mozgást.

A Magyar Telekom közel 20 éve névadó szponzora a rendezvénynek. Végigkísértük a fejlődését, együtt dolgoztunk a sportszervezőkkel azért, hogy Magyarország egyik legnagyobb szabadidős sporteseménye legyen. Tesszük ezt azért, mert fontos számunkra a fenntarthatóság, a környezetvédelem és a városlakók egészsége. És nem utolsósorban növeli a Telekom márká értékét. A Telekom Vivicittá projekt vezetőjeként minden évben örömmel futok neki ennek a feladatnak. Mivel sokrétű a munka, ezért több mint 10 terület szakértőit dolgoznak velem együtt évről évre, és mindannyiuk arcán ugyanazt a lelkesedést látom. Ki ne szeretne egy jó ügyért dolgozni, amely több tízezer mozogni vágyó embernek okoz örömet?

2015-ben a 30. jubileumi verseny évében 360 fokok kommunikáció mentén építettük fel a versenyek támogatását. Ennek része volt, hogy 30 napig 30% kedvezménnyel vásárolhattak a futók 30-féle olyan okoskiegészítőt (okosórát, telefontartó karpántot, sportfűhallgatót stb.), amellyel mérhették teljesítményüket, illetve kellemesebbé teheték a sportolást. Országsszerte 7 Telekom-üzletben Vivicittá-bemutatófalakat alakítottunk ki, ahol ezeket a termékeket ki is tudták próbálni. Hosszú évek kihagyása után ismét rendeztünk versenyeket vidéken is: Nyíregyházán és Pécsen több ezer nevező volt. A budapesti és a vidéki versenyek helyszínein Okosdigitális játszótérek alakítottunk ki, ahol a biztonságos és tudatos internethasználatra tanítottuk a résztvevőket, a gyerekek biztonságát szolgáló szűrőszoftverekkel

ismertettük meg a szülőket, valamint készségfejlesztő applikációkat mutatunk be az érdeklődőknek. Sikertől megnyernünk a Fenntarthatósági Média Klub tagjait arra, hogy kiálljanak az internetbiztonság mellett, és kiemelik ennek fontosságát a Telekom Vivicittá kapcsán megjelenő cikkeikben, riportjaikban. Továbbfejlesztettük, hasznos funkciókkal egészítettük ki a saját fejlesztésünkben készült Futótárs applikációt, az egyetlen magyar nyelvű alkalmazást, amelynek segítségével edzéstervet készíthetünk és rögzíthetjük futásaink eredményeit. A Futótárral gyűjtött kilométerek után járó pontokat a hello holnap! applikációban adományozhatták a futók az általuk kiválasztott szervezeteknek. Social Media felületeinken neves magyar sportolók videóival, posztjaival buzdítottunk a felkészülésre, de emellett egy háromgyermekes család felkészülését is nyomon követhették az érdeklődők. Belső kommunikációnk eredményeként közel 1500 munkatársunk és közvetlen családtagja indult el a versenyek valamelyik táján. Mindezek eredményeként jelentősen növekedett a Telekom Vivicittá országos ismertsége, és a kutatások azt mutatják, hogy támogatásunk pozitívan érinti a Telekom márkát is.

Számomra minden évben a legnagyobb élmény látni a sok izgatott arcot, akik a rajtot várva több száz méter hosszan állnak, tapsolnak, biztatják egymást és magukat. Akár félmaratonot futnak, akár 7 vagy 10 km-t, vagy csak gyalognak, mindannyiuknak ugyanaz a céljuk: legyőzni a távot, bebizonyítani akaraterőjüket. Futóként nekem is ez a célom, és a Telekom Vivicittán, több ezer futó társaságában valahogy mindig jobb teljesítményt tudok elérni. Futni öröm, a Telekom Vivicittá megszervezésében részt venni pedig büszkeség.



Fenntarthatósági Kerekasztal-beszélgetés és DELFIN Díj

A Magyar Telekom által 2008-ban alapított DELFIN Díjra (Díj egy ELkötelezett, Fenntartható, Innovatív Nemzedékért) bármely Magyarországon működő vállalkozás pályázhatott 2015-ben, már megvalósult projექtekkel vagy működő programokkal. A DELFIN Díjról és a XVI. Fenntarthatósági Kerekasztal-beszélgetésről az Érdeklét felink fejézetben olvashatnak részletesebben. titűdők és a fenntarthatóság kapcsolatát.

Sopronban és Velencén is járt a Fenntarthatósági Nap 8 Föld-labdája!

A Fenntarthatósági Nap hangulatába kaphattak betekintést a VOLT-on és EFOTT-on fesztiválozók. Szabó Simon forgatókönyvíró és rendező „dobta be” a Föld-labdát a nagyszínpadok közönsége közé, akik hatalmas lelkesedéssel tartották fenn a „Földet”.

MAGENTAXI – kapolcsi sikersztori

A huszonötödik Művészetek Völgye remek programokkal várta azokat, akik nyitottak voltak az új kulturális impulzusokra. A Völgy településein – Kapolcs, Taliándörögd, Vigántpetend – teljes volt a feltöltődés: koncertek, színház, beszélgetések, vetítések, mese, előadások, jóga, kézműves foglalkozások és még rengeteg program. Támogatóként ehhez a Telekom biztosította a hálózati hátteret a dímbes-dombos, lefedettség szempontjából kihívást jelentő területen.

A helyszín nem csak a hálózat szempontjából volt izgalmas: a települések között nem könnyű a közlekedés. Gyalog nem volt egyszerű átérni egyik programról a másikra időben, az autók viszont érezhetően szennyezték a levegőt a fesztivál területén. Itt jött a Telekom a képbe: a Völgy települései között július 30-tól augusztus 2-ig közlekedő elektromos autóinkkal bárkit elvittünk. A fuvarért cserébe

a Momentán társulat egyik tagjának kellett kifejtetni, hogy a taxizó számára mit jelent a fenntarthatóság.

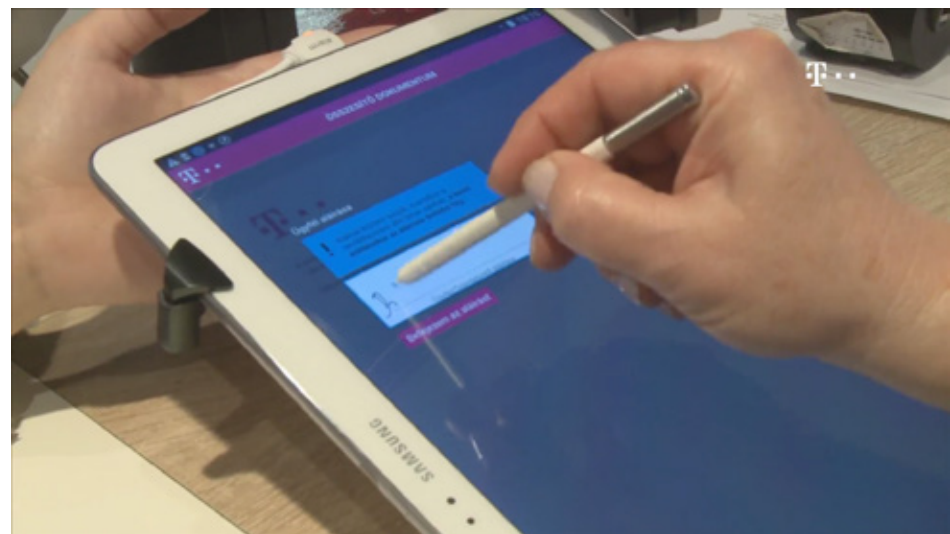
A Telekom zöld autói hatalmas sikert arattak. A fesztivál egész időtartama alatt teljes kihasználtsággal vették igénybe a vendégek a szolgáltatást, és mindenki nagyon nyitott és érdeklődő volt a hangtalanul suhanó járművekkel kapcsolatban. A fesztiválozókkal folytatott beszélgetésből kiderült, hogy mindenki tisztában van a fenntarthatóság fogalmával, sőt egyesek mindennapi életükbe is beépítik ennek elemeit.

Elektronikus ügyfélszolgálat e-aláírással

Papírdossziék helyett elektronikus iratok: a Telekom üzleteiben már az e-aláírásra is mód nyílik. Az üzletekben havonta csaknem félmillió ügyletet hajtanak végre, és ezzel együtt közel 3 millió oldalt nyomtatnak. Az ezzel járó papírfelhasználási költségek csökkentése és a folyamatok egyszerűsítése céljából alakította át a vállalat az üzletek működését. A tablettes e-aláírás bevezetésével a cél az, hogy az üzletekben keletkező nyomtatott dokumentumok mennyiségét, a nyomtatás, archiválás és tárolás költségét minimálisra csökkentse a vállalat, ezzel együtt gyorsítsa és automatizálja a dokumentumkezeléssel járó adminisztrációs munkafolyamatokat.

Még közelebb a papírmentes működéshez – Bevezetjük az elektronikus ÁSZF-et!

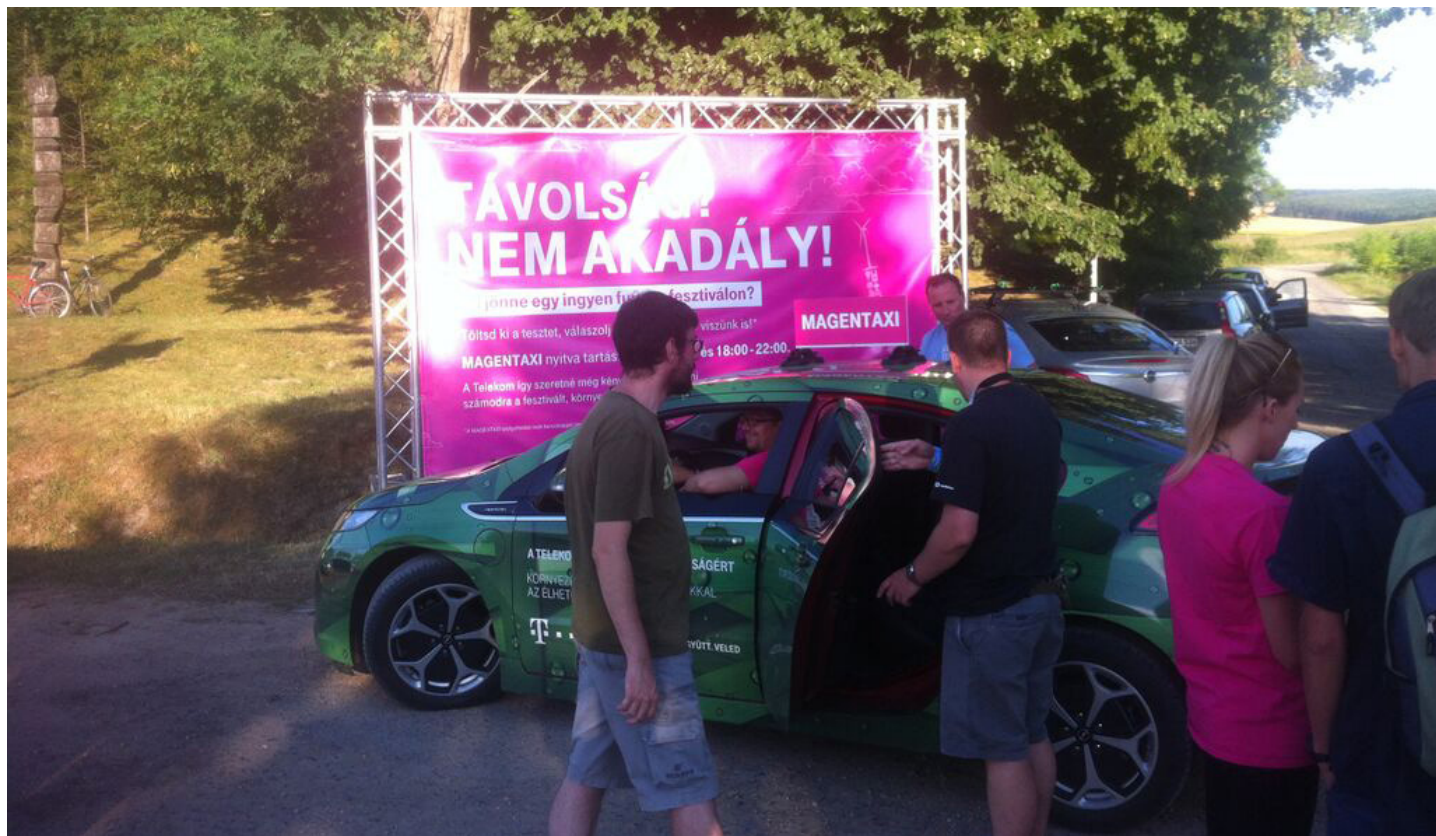
Az elektronikus aláírást követően november elején megkezdte a vállalat a papíralapú Általános Szerződési Feltételek kiváltására szolgáló e-ÁSZF-tabletek kiszállítását és telepítését. Közel egy tonna papír- és nyomtatási költséget tud így a vállalat évente megtakarítani. Az online működésnek köszönhetően az e-ÁSZF-ben bekövetkező változások automatikusan kerülnek átvezetésre, emellett a dokumentum akadálymentesített üzemmódban is elérhetővé vált.



E-aláírás a Telekom üzletekben



Elektronikus ÁSZF



MAGENTAXI a Művészetek Völgye fesztiválján



Intelligens közvilágítási oszlop

Egy oszloppal okosabb lett Budapest

Az ELMŰ-ÉMÁSZ és a T-Systems Magyarország közös fejlesztésének eredményeként november 12-én helyezték üzembe a főváros első intelligens közvilágítási oszlopát, amely az Okos Város koncepció részét képező informatikai eszközöket és energetikai megoldásokat integrálja magába.

Az ország első intelligens közvilágítási oszlopa alapvetően öt rendszert, illetve funkciót egyesít. Az ELMŰ-ÉMÁSZ infrastruktúrájára épülő

okos elektromosautó-töltő 22 kW (3x32 A) teljesítmény leadására képes, és kompatibilis a társaságcsoporthoz e-kWh nevű applikációjával. Fontos kiemelni, hogy Magyarországon ez az első eset, amikor egy meglévő közvilágítási oszlopba építenek be elektromosautó-töltőt, amelyet az e-autók a nap 24 órájában igénybe vehetnek. A berendezés része egy ingyenes vezeték nélküli internetkapcsolatot biztosító WIFI is, amely 180 méter sugarú körben 200 felhasználó igényeit képes egyszerre kielégíteni. Az oszlopokra szerelt biztonsági kamera, amely a terület 50. térfogypontját vizsgálja, valamint a rendőrséggel való kapcsolat létrehozására alkalmas vészgomb a lakosok és a járókelők biztonságát szolgálja. A világítási funkciót korszerű és energiatakarékos LED-fényforrások látják el.

Az intelligens közvilágítási oszlop moduláris felépítésű, ezért a felsoroltakon kívül további rendszerelemek integrálására is lehetőség van.

Karbonsemlegesség

A Magyar Telekom Csoport (beleértve külföldi leányvállalatait, a Makedonski Telekomot és a Crnogorski Telekomot is) a hazai nagyvállalatok közül elsőként, az európai vezető távközlési szolgáltatók közül az első között teljes mértékben karbonsemlegessé vált.

Korunk egyik legsúlyosabb problémája a klímaváltozás, ami nagyrészt az emberiség által légkörbe juttatott szén-dioxid következménye. A Telekom már a 90-s években felismerte a környezet- és klímavédelem fontosságát, amely szemlélet szervesen beépült tevékenységébe. A fenntarthatósági stratégiájába fektetett célok mentén, innovatív megoldásokat alkalmazva folyamatosan csökkentette a működése során felhasznált energiát és növelte az energiahatékonyságát.

A vállalat modernizálta hálózatát és adatközpontjait, növelte hibrid és elektromos autóinak arányát a céges autóflottában, és egyre hatékonyabb eszközöket és megoldásokat alkalmaz. Több infrastruktúrája energiaellátását oldja meg szél- és/vagy napenergiával, és saját működése során is előnyben részesíti a fenntartható infokommunikációs termékek és szolgáltatások igénybevételét. A teljesen karbonsemleges működés eléréséhez két kiemelt projekt járult hozzá. A Telekom Csoport magyarországi elektromosenergia-felhasználását 100 százalékban megújuló energiaforrásból vásárolja, a fosszilisenergia-felhasználásból származó kibocsátását pedig zöld projektek támogatásával semlegesítette.

Tehetséges, nagyothalló fiatalok támogatása

A Hallás Társasága Alapítvány kezdeményezésére több mint 10 millió forint értékű támogatással segíti a Beltone hallókészülékeket forgalmazó Belsound, a Samsung Electronics, a Telekom és az Auditus.Net a nagyothalló fiatalok felsőoktatásban való eredményes részvételét. Az összefogás eredményeként 2015-ben 5 fiatal tudtunk segíteni. Az eszközök internet-hozzáférést a Magyar Telekom, a hallókészüléket a Belsound, a készülékeket a Samsung biztosítja.

A **Crnogorski Telekom** a korábbi évekhez hasonlóan 2015 márciusában részt vett a Föld órája és Föld napja globális kampányban, melynek célja a klímaváltozással kapcsolatos figyelemfelhívás. A vállalat mobiladáson keresztül hívta fel ügyfelei figyelmét a kampány támogatásának és a környezetvédelem ügyének fontosságára. A Crnogorski Telekom folyamatosan támogatja a fenntartható megoldásokat ügyfelei és munkavállalói körében, úgy is mint e-számla és online regisztráció papíralapú nyomtatványok kitöltése helyett.

4.3 ÜGYFELEINK TÁJÉKOZTATÁSA

A Magyar Telekom Csoport folyamatosan törekszik arra, hogy ajánlatai minél egyértelműbbek és széleskörűen elérhetőek legyenek.

A Magyar Telekom Nyrt. üzletágainak szolgáltatásairól és díjsomagjairól az alábbi címen 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 címenek kaphatnak tájékoztatást:

- **T-Systems:**
<http://www.t-systems.hu>
- **Kitchen Budapest:**
<http://www.kitchenbudapest.hu/hu/kibu/projects/>
- **KalászNet:**
<http://www.kalasznethu/>
- **Makedonski Telekom:**
<https://www.telekom.mk/>
- **Crnogorski Telekom:**
<http://www.telekom.me/private-users.nsp>

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



LÉGRÁDY LEVENTE
 ÜGYFÉLSZOLGÁLATI
 CONTACT CENTER
 KÉPVISELŐ,
 MAGYAR TELEKOM

Pályafutásom még 2013 elején kezdődött a Telekomnál. Kezdetben az Általános bejövő call center tagjaként, headsettel a fejemem vettem a hívásokat. Ezután jött a Video Call Center projekt, ahol megismerkedtem, milyen is egy igazán interaktív beszélgetés, hiszen itt webkamerán keresztül már láthattuk is egymást az ügyfelekkel. Innen kerültem át jelenlegi pozíciómra, az Online csatornához csoporthoz, ahol a kor elvárásainak megfelelően chates beszélgetések formájában zajlik a kommunikáció. A visszajelzések alapján az ügyfelek legnagyobb örömeire!

Időközben felkeltette az érdeklődésemet egy belső pályázat is, mely Mobiltudós bloggeri tevékenységről szólt. Több se kellett, meg is írtam a jelentkezéshez az első próbacikkeimet, amelyeket azóta számos további írás követett.

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 az 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-

Érdekes munkakör, főleg nekem, mondhatni minden hónap karácsony, mert a csapat tagjaként az első között tesztelhetjük a legújabb készülékeket, alkalmazásokat. Még a HTC Vive VR-sisakját is a fejemre húzhattam, és tehettem egy lépést a virtuális világban, amikor pedig ezt írom, éppen a Smart Mobil 2016 konferenciára készülök. Írásainkat, tapasztalatainkat a Telekom Facebook- és Twitter-oldalán osztjuk meg, ahol mostanra már kisebb olvasótáborunk is van, akikkel szinte minden cikknél váltunk pár keresetlen szót. Szeretem csinálni, hiszen amellyel, hogy kielégíthetem az új technológiák iránti kíváncsiságom egy részét, még szakmai fejlődésemet is segíti. A blogbejegyzéseinknek köszönhetően pedig a Telekom ügyfelei is árnyaltabb képet kapnak egy-egy telefonunkról a száraz műszaki adatok mellett.

tainkat. Ezért reklámkészítéssel kapcsolatos munkafolyamataink egyik fontos lépése a fogyasztóvédelmi szempontoknak és a GVH-iránymutatásoknak való megfeleltetés, valamint a jogi megfelelőség 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.