

## Vnitřní informace

### **Zákazníci Skupiny ČEZ si budou moci kromě stávajících tří produktových řad, lišících se rozsahem služeb, vybrat i dvě novinky - produkty Kvartál a Měsíc**

Skupina ČEZ představila nabídku produktů pro konečné zákazníky z řad domácností na rok 2008. Nové produkty dávají domácnostem a podnikům možnost výběru služeb i tvorby ceny podle svých potřeb a přání. ČEZ zároveň zveřejnil ceník produktů silové elektřiny pro domácnosti a podnikatele na příští rok. Kromě stávajících produktů pro domácnosti fungujících na roční bázi v rámci řad Comfort, Basic a Exclusive a základní produktové nabídky pro podnikatele, dále rozšířila svoji nabídku koncovým zákazníkům o tzv. klouzavé produkty v rámci řad Kvartál a Měsíc.

Cena silové elektřiny meziročně vzrostla o 14,4%. Podíl vlastní, silové elektřiny na účtech domácností za dodávku elektřiny, přitom činí letos zhruba 50 procent. Ceny pro konečné zákazníky odvodil ČEZ Prodej přímo od srpnových cen na pražské burze. Celkový nárůst plateb domácností za elektřinu bude na příští rok znám až po zveřejnění regulovaných složek ceny ze strany ERÚ a konečné verze daní na příští rok.

Domácnosti si nadále budou moci zvolit rozsah poskytovaných služeb s odlišnou cenou podle svých očekávaných potřeb. Jako již v letošním roce mohou zákazníci ušetřit při volbě řady Basic se zúženou nabídkou bezplatných služeb nebo si naopak připlatit za nadstandardní služby vč. poradenství u řady Exclusive. Nově přibudou produktové řady Kvartál a Měsíc. Domácnosti a podnikatelé, kteří je využijí, nebudou uzavírat smlouvy na dodávku každé čtvrtletí nebo měsíc, ale jejich cena se bude určovat na příslušné období podle aktuálních cen na burze.

„Nabídka čtvrtletních a měsíčních produktů směřuje především k podnikatelské sféře. Neočekáváme, že tyto produkty budou z počátku domácnosti masivně využívat. Chceme, ale, aby všichni naši zákazníci, tedy i domácnosti měli možnost využívat v co největší míře efekty trhu. Zákazníci, kteří budou očekávat, že krátkodobé ceny budou oproti ročním nižší, mohou sázkou na krátkodobé produkty vydělat. Tak by tomu bylo třeba letos. Samozřejmě, nesou ovšem i riziko, že zaplatí více při pokud ceny na burze porostou,“ uvedl k tomu Alan Svoboda, obchodní ředitel ČEZ.

Úroveň zákaznické obsluhy u programů Měsíc a Kvartál a poskytované energetické poradenství odpovídají standardům produktové řady Comfort. Touto nabídkou Skupina ČEZ pružně zareagovala na přechod z kampaňovitého na kontinuální obchodování s elektřinou na českém velkoobchodním trhu.

Již druhý rok mají české domácnosti možnost volby svého dodavatele, která vybízí ke vzniku širší nabídky produktů šitých na míru, se vstřícnějším prodejním přístupem a s rychlejší a komfortnější zákaznickou obsluhou. Skupina ČEZ chce i v této oblasti vynikat nad konkurencí. „Nabízíme jedinečný rozsah zákaznické obsluhy díky našemu call centru, které je na telefonním čísle 840 840 840 dostupné 24 hodin denně, 7 dní v týdnu a díky internetové službě – Virtuální obchodní kancelář (VOK), jejíž obliba rychle roste,“ říká Alan Svoboda, obchodní ředitel ČEZ, a.s. „Kdo dává přednost osobnímu jednání, může stále navštívit více jak 80 našich a smluvních obchodních center a kanceláří.“

Zákazníci Skupiny ČEZ budou mít i v následujícím roce možnost využít silná strategická partnerství, která ČEZ uzavřel již loni. Zákazníci mohou platit faktury za elektřinu přes terminály SAZKA a díky spolupráci s RWE si mohou na jednom místě mohou vyřídit záležitosti týkající se elektřiny i plynu.

Tento týden se rozběhla tříměsíční kampaň Skupiny ČEZ „Posviťte si na úspory“. Prvním městem, kam multimediální expozice s pódiem a mobilním zákaznickým centrem zavítala a kde se občané mohli dozvědět více o tom, jak například uspořít své výdaje za energii, byl Hradec Králové. Zábavně informační turné, jehož hlavním mottem je úspora energie, navštíví celkem 28 měst po celé České republice.

„Cílem naší kampaně je upozornit na možnost optimalizace spotřeby elektřiny. Dlouhou dobu řada zákazníků nevnímala, kolik vlastně elektřina stojí, až s růstem cen si tohoto zboží začali lidé více všímat. Velmi dobře víme, jak nyní ceny elektřiny trápí některé naše zákazníky. ČEZ však nemůže ovlivnit cenu elektřiny, tu tvoří trh, ale může poradit, jak energii uspořít a ušetřit tak rodinné účty svých zákazníků. A právě o to se snažíme prostřednictvím osvěty, poradenství a přímé spolupráce se zákazníky,“ řekl ke kampani Bohumil Mazač, ředitel ČEZ Prodej.