

# team:

Door-to-door patří k nejstarším způsobům obchodování.



Externí prodej

**RWE**  
The energy to lead

ZPRAVODAJ SKUPINY RWE V ČR - TEAM: ČESKO - 3/2014

## HISTORICKY PRVNÍ

Setkání zaměstnanců RWE Energie napříč všemi regiony bylo svým způsobem výjimečné: první a originální.

→ Strana 5

## NEOHLÁŠENÁ KONTROLA PZP

Jsou PZP připraveny řešit mimořádnou událost? Prověrka proběhla na všech podzemních zásobnících.

→ Strana 8

## DISTRIBUCE ZP A ZIMA 2013/2014

Distribuce zemního plynu byla letos v zimě nejnižší za poslední sledovanou období.

→ Strana 9

## PROČ RWE VYUŽÍVÁ D2D

Podomní prodej je přes některá negativa stále efektivní.

→ Strana 6



## Herrmann: Za našimi loňskými výsledky stojí hodně strategických rozhodnutí a mnoho odvedené práce

Praha - Konferenční centrum RWE v Liuzské ulici v Praze se 23. dubna zaplnilo novináři, kteří si přišli vyslechnout komentáře k hospodářským výsledkům skupiny RWE v ČR za rok 2013. Předseda představenstva RWE Česká republika Martin Herrmann zhodnotil ve svém projevu loňský rok jako úspěšný, navzdory krizi evropské energetiky.

„Za našimi loňskými výsledky stojí hodně strategických rozhodnutí a mnoho odvedené práce. Konsolidace aktivit byla klíčová pro další rozvoj našeho podnikání v Česku. Nyní jsme lépe připraveni aktivně reagovat na změny trhu. V tuzemsku se zaměříme na stabilizaci našeho postavení a na investice v oblastech, ve kterých už podnikáme,“ řekl Martin Herrmann.

S konkrétními čísly novináře seznámil finanční ředitel Axel Gerhardy. Při celkových tržbách 53,6 mld. Kč dosáhla skupina RWE v ČR v roce 2013 zisku po zdanění ve výši 10,5 mld. Kč. „Na dani z příjmu odvede RWE státu za loňský rok více než 2,1 miliardy korun. Investice především do obnovy distribuční plynárenské soustavy dosáhly téměř 4,4 miliardy korun a zů-

stávají dlouhodobě na vysoké úrovni,“ vysvětlil A. Gerhardy. Obchodní ředitel Tomáš Varcop poté informoval, že se RWE v loňském roce podařilo zastavit odliv zákazníků odbírajících zemní plyn. Úspěchy slavila RWE také na trhu s elektřinou, kde jí meziročně narostl počet zákazníků o 40 procent. „Více než polovina zákazníků si zajistila cenu až na tři roky.

Je to odraz nejen nízkých cen na energetických burzách, ale také naší snahy o dlouhodobé vazby se zákazníky. Posílit by je měly i služby nového virtuálního operátora RWE mobil. V aktuální kampani na prodej energií již nabízíme jako jeden z bonusů volný kredit na volání,“ vysvětlil T. Varcop.

→ Pokračování na straně 2

## Ekonomické chování řidičů v RWE

Budoucnost není v prémiových palivech, ale v CNG

Praha - Téměř 2000 služebních aut, to už je pořádný vozový park. Spotřeba pohonných hmot ročně šplhá do milionů korun. Pro řízení tak velké vozové flotily je nezbytné jasně nastavit dlouhodobá pravidla. Systematický přístup šetří finance, přesto klíčové zůstává ekonomické

chování řidičů při jízdě a tankování paliv. O interní kampani na toto téma, o palivech budoucnosti a orientaci skupiny RWE na CNG hovoříme s Tomášem Pavlíkem, Manažerem Car Fleet, RWE Česká republika.

→ Pokračování na straně 11



Vozový park RWE se zaměřuje na CNG.

## Jarní kampaň s Jarmilem a Jarmilou

RWE pokračuje v úspěšné sérii televizních spotů

RWE nyní odměňuje stávající i nové zákazníky. Za každou uzavřenou smlouvu na zemní plyn či elektřinu s fixním tarifem vyplácí vysoké finanční bonusy, na nichž je možné v součtu získat až dva a půl tisíce korun. K tomu navíc může zákazník získat i další bonus ve formě volného kreditu pro RWE Mobil.

To je hlavní poselství nových TV spotů s oblíbeným hrdinou a současnou tvářou RWE Jarmilem Škvrou. Marketing RWE připravil pro letošní jaro novou kampaň, která má motivovat stávající i nové zákazníky k podpisu nových smluv, ať už na elektřinu či zemní plyn. Hlavním hrdinou tentokrát není pouze již zmíněný Jarmil Škvrou, ale i jeho manželka Jarmila (ve skutečnosti herečka Dáša Kouřilová) a bratr Kamil, kterého hraje Lukáš Příkazký. Příběh, který je obsahem TV spotu, pochází z dílny kreativní agentury Young & Rubicam, ale inspiraci jsme hledali hlavně v českých domácnostech.

Jarní kampaň RWE však není postavena jen na TV spotech, součástí komunikace jsou i spoty a soutěže v regionálních rádiích, Product placement v seriálu Cesty domů II či v pořadu Prostředí, dále pak podpora v tisku nebo masivní internetová reklama podporující stránky kampaně, které najdete na adrese [www.rwezlevnuje.cz](http://www.rwezlevnuje.cz). Neméně významnou součástí kampaně jsou i dopisy (Direct mail) pro pečlivě vybrané zákazníky

s nabídkou konkrétních produktů (RWE Optimal nebo RWE Relax+).

„Ústředním motivem aktuální nabídky RWE je konsolidace energií a využití všech výhod, které naše produkty přinášejí. Naším cílem je přesvědčit zákazníky, že se jim vyplatí mít všechny energie pod jednou střechou,“ vysvětluje Tomáš Varcop, CEO RWE Energie.

Více informací o aktuální nabídce RWE je k dispozici na webových stránkách [www.rwezlevnuje.cz](http://www.rwezlevnuje.cz), zákazníci mohou volat i na speciální prodejní linku 800 393 393.

Věříme, že nová reklamní kampaň přispěje jak k dalšímu obchodnímu úspěchu skupiny RWE, tak i k pozitivnímu vnímání naší značky na českém trhu.

Václav Podzimek





## ÚVODNÍK

## Mili čtenáři,

Květen je zvláštní měsíc. No řekněte sami. Už jeho nástup avizuje něco tak podivného, jako divoký noční rej čarodějnic. Avšak již rozbřesk prvního májového dne je spojen s něžnou romantikou. Pokud možno ještě za rosy by totiž měla být pod kvetoucím stromem políbena každá dívka (raději řekněme žena), to aby neuschla. K zajímavým lidovým zvykům patřilo také stavění májek před okny děvčat, čímž mládenec-stavitel dával jasně najevo, že ze vztahu k dotyčné neholdá vycouvat. Díky těmto a dalším tradicím je květen často označován za měsíc lásky, ale k oltáři se v květnu přitom nikdo zrovna moc nehrne. Proč vlastně? Protože jsme i v jedenadvacátém století pověřiví.

Na druhou stranu tradice dvou svátků, které v květnu držíme, je poměrně novodobá. Díky Svátku práce 1. 5. (od roku 1890) a Dni vítězství 8. 5. (1945) si můžeme užívat volna a oddechu více než v měsících před a po. (Samozřejmě jen v případě, že tato významná data – kvůli týdennímu odstupu obě – nepřípadnou na dny víkendů.)

Další specialitou měsíce května je příchod tří zmrzlých. Když už si člověk navykne na příjemné teplo, případně má za sebou i první úžeh, zákeřně se dostaví prudké ochlazení, bohužel někdy i v podobě mrazu. My to odneseme rýmou, nedávno vysazené okurky životem. Květen, nebo chcete-li to poetičtěji, tak máj, je opravdu časem, který je plný očekávání a nadějí.

A očekávání se týká také našeho časopisu. Nemyslím tím, že na vydání jeho třetího čísla jste museli čekat až do posledního květnového týdne, ale snažím se naznačit, že ve výrobě, a vlastně i v celém systému vydávání team:u se chystají změny, a to nemalé. Více neprozradím, nechte se překvapit. Musíte si však ještě trochu počkat. I když se připravují právě teď, do života budou uvedeny (pravděpodobně) až s příchodem podzimu. Začít těšit se už ale můžete dnes.

*Kateřina Martinková*

## TIRÁŽ

team: Česko  
zpravodaj společnosti RWE v ČR  
evidenční číslo: MK ČR E 15702  
vychází 8x ročně  
číslo 3 vychází 26. 5. 2014  
příští číslo vyjde 1. 7. 2014  
vydavatel:  
RWE Česká republika, a. s., Limuzská 12,  
100 98, Praha 10 – Strašnice  
Redakce:  
Mgr. Kateřina Martinková  
tel.: +420 267 973 131  
e-mail: katerina.martinkova@rwe.cz  
Neprodejné

## Herrmann: Za našimi loňskými výsledky...

## Pokračování ze strany 1

Na tiskové konferenci byly představeny také hospodářské výsledky společnosti RWE Supply & Trading CZ, která se po loňském vyčlenění ze skupiny RWE v ČR nyní již věnuje výhradně velkoobchodu s plynem. Za rok 2013 společnost vykázala tržby 180,2 mld. Kč a zisk po zdanění ve výši 18,2 mld. Kč. „Tento mimořádně vysoký výsledek byl

způsoben jednorázovým pozitivním efektem, za kterým stála změna nákupních podmínek plynu v koncernu RWE a mimořádná kompenzace ztrát za roky 2010-12 od Gazpromu,“ uvedl Axel Gerhardy, finanční ředitel RWE Supply & Trading CZ.

Novináře zaujal také příspěvek Wolfaganga Peterse, CEO RWE Supply & Trading CZ, na téma dovozu břidličného amerického plynu

do Evropy. Na příkladu s jednotlivými nákladovými položkami Peters názorně ukázal, že různá prohlášení a sliby mnohých politiků narážejí na ekonomickou realitu. Dovozy LNG (zkapalněný plyn) z USA do Evropy se při aktuálně výrazně vyšších cenách na asijských trzích zkrátka nevyplatí.

## EPR CZ INFO

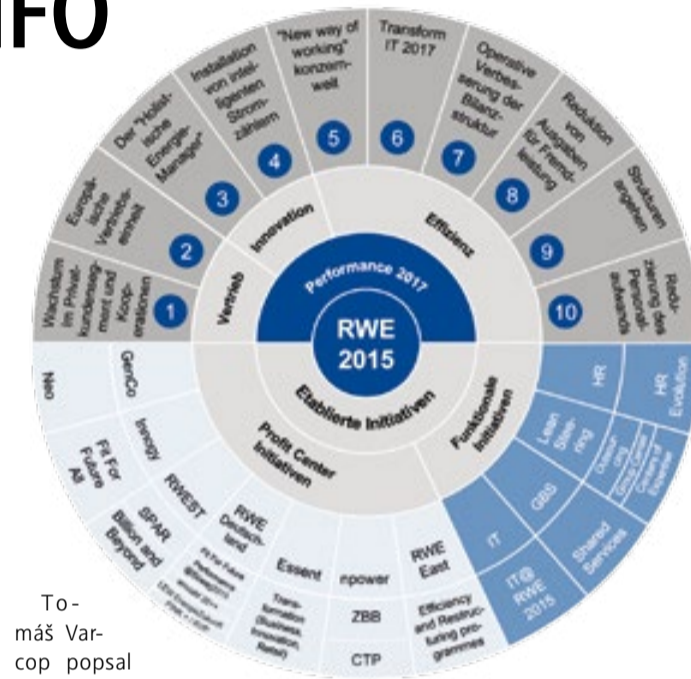
## Na jedné lodi

Na konci dubna se zaplnil konferenční sál v Limuzské „nejvyššími“ zástupci sociálních partnerů ve skupině RWE v ČR. Důvodem bylo výroční informační setkání EPR CZ (zástupců České republiky v Evropské podnikové radě RWE AG).

## Jsme na jedné lodi!

Opakovanou výzvu představenstva RWE AG, respektive pánů Teria a Tiggese, předloženou na zasedání EPR letos v březnu, jsme přenesli na naši půdu, abychom s CLT (Czech Leadership Team) podrobně probrali hlavní evropská témata a zejména jejich dopad na společnost RWE v ČR. Cílem je dobře pochopit všechny informace a poté je společně zprostředkovat našim zaměstnancům. Zaměřili jsme se především na projekty Maloobchod (Retail), Nový způsob práce (New way of working – NwoW), Jsme RWE (We are RWE), Služby (Services), Vývoj HR (HR Evolution) a Efektivní štihlé řízení (Lean Steering). Neopomněli jsme ani čtyři dílčí projekty: Skvělé místo pro práci (Great place to work! (GP2W!RWE)), Učení a rozvoj (Learning a Development), Cestování (Travel behaviour) a Řízení výkonu (Performance management), týkající se chování, které souvisí se snižováním nákladů.

Přehledka méně či více známých projektů se nakonec vešla do záběru jednoho kormidla v podobě kola RWE 2015 a Výkon (Performance) 2017 v ČR.



To-  
máš Var-  
cop pops-  
al z a p o j e n í  
našich zaměstnanců

do sedmi kompetenčních týmů vytvořených v rámci projektu Retail pro výměnu nejlepších řešení v jednotlivých oblastech. RWE v ČR má rozhodně co nabídnout.

Petr Matoušek osvětlil smysl celokoncernového programu NwoW organizovaného za účelem založení konkrétních programů na zvýšení efektivity a vytvoření příslušných metodik v jednotlivých zemích a oblastech. V ČR připravujeme téma prodeje konečným zákazníkům. Tímto tématem jsme přistoupili ke kormidlu RWE 2015 a Performance 2017 in CZ, bod 5 a následně se „protočili“ všemi 21 tématy (viz <https://corp.portal.rwe.com/>) relevantními pro ČR.

K dalším významným plánům patří program We are RWE. Jde o plán

kaskádovitě šíření Strategie RWE, a to od představenstva RWE AG přes jednotlivé úrovně řízení až ke každému z téměř 70 tisíc zaměstnanců. Zahájení proběhne všude současně 30. září (v Limuzské 1. října).

Je před námi dlouhá plavba plná výzev a změn. Martin Herrmann potvrdil, že v rámci zvýšení efektivity lze bohužel očekávat i ztráty pracovních míst. Loď, na které plujeme, však není Titanik, ale spíše Santa Maria Kryštofa Kolumba.

Více informací z tohoto významného jednání i zápisy a prezentace ze všech ostatních jednání EPR RWE AG naleznete na adrese <http://int-ranet.rwe.cz/cs/evropske-podnikove-rady/>.

Šárka Vojíková

## SMUTNÁ ZPRÁVA

## Odešel Tomáš Tichý



Smutná zpráva, že pan Tomáš Tichý v pátek 11. dubna podlehl těžké nemoci, zaskočila nejen jeho spolupracovníky z RWE, ale všechny odborníky z oboru plynárenství.

Tomáš Tichý pracoval v oboru od roku 1971. Svou profesní kariéru odstartoval v Plynoprojektu, kde se postupně vypracoval až k funkci ředitele podniku. V roce 1999 pak nastoupil do tehdy ještě státního podniku Transgas a přes pozice obchodního náměstka, ředitele Divize přepravy a uskladňování plynu postoupil až na post generálního ředitele. Podílel se na transformaci podniku na akciovou společnost a stal se jejím předsedou představenstva. Po krátké pauze se do skupiny znovu vrátil jako člen týmu pro restrukturalizaci v Jihomoravské plynárenské a od roku 2006 předsedal představenstvu této společnosti. Od 1. 1. 2008 zastával i funkci jednatele a CEO ve společnosti RWE Distribuční služby. Ve skupině RWE pracoval do konce roku 2011. V rámci své profesní kariéry působil také jako ředitel Odboru plynárenství Energetického regulačního úřadu. Tomáš Tichý byl rovněž prezidentem Českého plynárenského svazu a patřil k uznávaným odborníkům v plynárenství.

S Tomášem odešel jeden z nejvýznamnějších a nejuznávanějších odborníků a manažerů v plynárenství nejen v České republice. Vzpomínáme na naše společná pracovní i osobní setkání, kdy jsme se mohli od Tomáše učit z jeho zkušeností, moudrosti a lidskosti. Vždy budeme obdivovat jeho vitalitu a pozitivní přístup k životu.

Tomáš se i v práci řídil zásadami svého sportu a byl rytířem mezi manažery. Tím inspiroval a kultivoval své okolí. Nesmírně jsme si jej vážili a bude nám všem velice chybět.

Jan Valenta, Pavel Káčer, Dušan Malý

Přesto, že jsem o nemoci Tomáše Tichého věděl, byl jsem šokován smutnou zprávou o jeho úmrtí. Nemohl jsem se z toho dlouho vzpamatovat, protože jsem s ním ještě nedávno mluvil. To přece nemůže být pravda, bleško mi hlavou. Není to tak dlouho, co jsem byl na setkání se zaměstnanci na zakončení jeho úspěšné profesionální kariéry.

Tomáše jsem znal několik desítek let, ani si nepamatuji, kdy jsme se poprvé potkali. Spolupracovali jsme nejenom jako kolegové v plynárenských společnostech, ale i na půdě Českého plynárenského svazu po obnovení jeho činnosti po listopadu 1989. A mohu snad říct, že jsme byli i dobrými kamarády. Bylo na něho vždycky spolehnutí, všechny ústní dohody platily. Nebylo třeba nic sepsovat a podepisovat.

Pro plynárenství udělal obrovský kus práce. Nepamatuji si tak zapáleného a cílevědomého člověka s velkou odpovědností za výsledky své práce. A nebylo to jen o práci. Byl laskavý člověk, který dokázal najít pochopení pro problémy druhých, i když pracoval ve vrcholových funkcích. Škoda, že odešel tak brzo.

Chci současně projevit svoji hlubokou soustrast jeho pozůstalým, ztratili vzácného člověka.

Jan Nehoda



Konferenční sál Antonín Dvořák v budově RWE v Limuzské v Praze se zaplnil „nejvyššími“ zástupci sociálních partnerů ve skupině RWE v ČR.



# Web RWE o úsporách energií získal prestižní ocenění

Webová stránka RWE s názvem Šetřím energii obsadila první místo v prestižní soutěži Internet Effectiveness Awards 2013 v kategorii průmysl a energetika. Ocenění za efektivitu získala interaktivní stránka díky nové aplikaci, kterou pro RWE připravila agentura Wunderman.

Cílem úspěšného projektu rozvoje péče o zákazníky RWE bylo posílit jejich loajalitu a ukázat, že RWE dokáže svým klientům poradit s úsporami. Loňská revize webu a nová aplikace Šetřím energii připoutala pozornost uživatelů. Stránka poskytuje konkrétní doporučení, jak snížit spotřebu energií, a tím také ušetřit z rodinného rozpočtu.

Zpřístupnění obsahu zábavnou formou a inteligentní navigace mezi tématy motivovala uživatele k přečtení celého obsahu a návštěvnost stránek se po úpravách zvýšila o 86 procent, přičemž každý návštěvník strávil na webu o 66 procent více času. Server zaznamenal přes 22 tisíc uživatelských odpovědí, čímž si ve své kategorii vysloužil prestižní ocenění za nejefektivnější online projekt roku 2013 ve své kategorii.

Webová stránka setrimenergie.cz přináší důležité informace o správném hospodaření s elektřinou, teplem a vodou. Tento web je určený všem, kteří se chtějí chovat ekologicky k naší planetě a především ekonomicky k vlastním financím. Návštěvníci zjistí, jak ekologicky i ekonomicky topit, svítit a ohřívat vodu, nebo jak co nejlépe zateplit dům či byt. Stránka umožňuje také sledovat spotřebu elektřiny, plynu a vody v domácnosti. Lze si tak snadno ověřit, jak se daří nalezené rady uvádět do praxe.

Projekt Šetřím energii RWE spustila na podzim roku 2007 a jeho prostřednictvím se stala prvním energetickým koncernem, který se v ČR otevřeně přihlásil k plnění konceptu energetické efektivnosti. Od založení si užitečné rady a tipy na téma úspory energií na adrese setrimenergie.cz vyhledaly již statisíce návštěvníků.

Internet Effectiveness Awards jsou ocenění udělená nejefektivnějším internetovým řešením na českém internetu. Z jakého popudu byla interaktivní webová stránka RWE zařazena do soutěže, vysvětlil Josef Martinkovič z oddělení marketingu společnosti RWE Energie: „Přihlášení do soutěže IEA iniciovala naše současná kreativní agentura Wunderman, která hodnotila RWE projekty jako velmi smysluplné a především funkční jak po stránce uživatelské přívětivosti, tak po stránce naplnění projektových cílů.“

Ceny IEA jsou uznáním, že vítězové dokáží využít digitální média ke vzniku nových způsobů podnikání, k poskytování svých služeb online, k vyššímu prodeji nabízeného zboží, k lepší komunikaci se zákazníky, se zaměstnanci či občany, a dokáží přitom dosáhnout skutečných výsledků.

„Ocenění je pro nás velmi důležité a potvrzuje, že i projekty, které nemají přímý dopad na obchodní efekty, je důležité realizovat, a že současný framework pro internetové projekty je na vysoké úrovni,“ uvedl dále Josef Martinkovič a doplnil: „Toto ocenění nám přinese vyšší povědomí u široké veřejnosti a především zvýšení autority samotného projektu.“

(red)



Josef Martinkovič, Andrea Kubečková, Václav Podzimek

## Na bezpečnosti záleží

Buďte opatrní na podvodné e-maily

S nevyžádanou poštou ve formě reklam, spamů či podvodných e-mailů se již setkal zřejmě každý uživatel internetu. Jen za minulý rok bylo na pracovní mailové adresy v koncernu RWE zasláno zhruba 66 milionů nevyžádané pošty, která skrývala phishingové útoky nebo viry.

Útočníci se snaží prostřednictvím těchto nevyžádaných e-mailů získat důvěrné informace, jako například přístupové, finanční či osobní údaje. Ve všech společnostech RWE v ČR jsou však tyto informace vnímány jako významné aktivum pro obchodní činnost a je tedy nutné zajistit jejich ochranu. Ochranou a řízením bezpečnosti se ve skupině zabývá útvar Security & BCM.

### Phishing

V letošním roce jsme zaznamenali množství se počet podvodných (phishingových) e-mailů v síti RWE CZ. Na podvodné e-maily reaguje až jedna třetina uživatelů, kteří vystavují důvěrné soukromé i pracovní údaje (např. jméno a příjmení, hesla, kódy PIN, čísla bankovních účtů či platebních a kreditních karet, atd.) velkému riziku. Nejběžnější formou útoku jsou phishingové e-maily, můžete se ale setkat také s nevyžádanou SMS nebo telefonátem, které vyžadují potvrzení vaší totožnosti.

Falešné zprávy předstírají, že pocházejí z důvěryhodného zdroje (např. z banky, internetového obchodu, sociální sítě, Policie ČR apod.)

a bývají tak přesvědčivé, že nemusí být na první pohled zcela zřejmé, zda se jedná o podvrh či nikoli. Toho je dosaženo grafickou podobou

a zfalšováním adresy odesílatele. V adresním řádku prohlížeče se může zobrazit adresa, která může být té originální adrese velice podobná, ale vždy bude jiná.

### Doporučení

Buďte proto obezřetní při přijímání příchozích zpráv a vždy pečlivě zvažte, na jaké stránky vyplňujete své údaje. Pokud obdržíte falešný e-mail, nestahujte žádné příložené soubory či certifikáty, neklikejte na odkazy uvedené v e-mailu, neuvádějte své přihlašovací či jiné údaje a neposílejte peníze na účty uvedené na stránkách, které vypadají pochybně. Již na první pohled je podezřelý například to, objevuje-li se v e-mailu špatná diakritika, gramatické chyby či překlepy.

Doporučujeme pravidelně měnit svá hesla a neukládat své přihlašovací údaje na veřejně přístupných počítačích. Do svého účtu se přihlašujte pouze na stránkách k tomu určených.

### Zjištění a opatření

Útvar Security & BCM úzce spolupracuje s RWE IT Czech na opatřeních k zesílení bezpečnosti RWE CZ proti podobným útokům. Veškeré vaše podněty k phishingovým či jiným bezpečnostním incidentům zpracováváme a řešíme okamžitě. Poslední závažná událost se vyskytla dne 28. dubna 2014. Několik stovek zaměstnanců skupiny RWE CZ obdrželo

e-mailovou zprávu, ve které byli požádáni, aby zaplatili pohledávku za využívání bankovního produktu. V podobných situacích je nutná

rychlá reakce včetně důrazného upozornění pro všechny zainteresované zaměstnance.

### Jaká tedy byla zjištění a následná opatření:

- Všechny e-mailové adresy, ze kterých byly až doposud zaslány virové a phishingové e-maily, byly zablokovány.
- Proběhla aktualizace počítačů. Všechny počítače ve skupině RWE CZ jsou pravidelně aktualizovány. Aktualizace celého počítače je nutná pro operační systém, bezpečnostní bránu (firewall), antivírus i další programy. (Tím, že necháváte své počítače ze čtvrtka na pátek zapnuté, pomáháte lépe se bránit podobným útokům.)
- Po bližším přezkoumání a analýze všech příchozích podvodných e-mailů bylo zjištěno, že příložené viry byly smazány díky bezpečnostní bráně (firewallu) a antivirovému programu.
- Ze strany RWE IT Czech bylo potvrzeno, že díky antivirové ochraně doposud nedošlo k zavírání počítačů ve skupině RWE CZ.

### Chcete vědět víc

Na intranetu pod záložkou **Bezpečnost/Důležité dokumenty a informace/Phishing** najdete konkrétní doporučení a tipy jak rozpoznat phishingové útoky a uchránit se před nimi. K dispozici je zde také kontakt, na který můžete podobný útok kdykoli nahlásit.

Vaší iniciativou přispíváte ke zvýšení bezpečnosti ve skupině RWE CZ. Těší nás váš zájem o toto téma a děkujeme všem, kteří podvodné e-maily nahlásili.

Miroslava Nová

## Nebojte se e-learningu

Více novinek, kurzů a atraktivitu

V letošním roce jsme pro vás v oblasti e-learningu připravili řadu zajímavých vylepšení a novinek. V Katalogu vzdělávacích akcí najdete rozšířenou nabídku manažerských, odborných i komunikačních kurzů. Věříme, že oceníte jejich výběr, stejně jako moderní zpracování či odkazy na vybrané externí e-learningové kurzy. Samostudium prostřednictvím e-learningu jen nyní dostupnější, pohodlnější a atraktivnější.

### Nově jednodušší přihlášení

Oproti loňskému roku jsme podstatně zjednodušili způsob přihlášení do e-learningových kurzů. Nově můžete studovat e-kurz přímo v iTutoru, aniž byste vstupovali do RWE EDUportálu a bez nutnosti nechávat si svoji žádost schvalovat nadřízeným. Výjimku tvoří pouze licenčně omezené e-kurzy IT dovedností. E-learning se tak stává dostupným kdykoli a odkudkoli.

### Manažerské dovednosti

Aktuálně dokončujeme ucelený vzdělávací program pro vedoucí pracovníky všech úrovní řízení zaměřený na posílení manažerských dovedností při vedení lidí a týmů. Série navazujících e-learningových kurzů důsledně vychází z manažerských postupů uplatňovaných ve skupině RWE v ČR. Pokud jste na vedoucí pozici, můžete si pohodlně zvýšit svoje manažerské kompetence v oblasti vedení lidí v průběhu celého „životního cyklu zaměstnance“. Od jeho nástupu, adaptace, přes rozvoj, motivaci, hodnocení výkonu, kariérní růst až po kultivovaný odchod ze společnosti. Vedle manažerských dovedností si také prohloubíte důležité vědomosti z pracovní právní oblasti. Výběr a pořadí při samostudiu manažerských kurzů záleží jen a jen na vás.

➔ Pokračování na straně 4





# Nový systém odměňování

Nastavení nové struktury odměňování v březnu vstoupilo do své závěrečné fáze – distribuce nových pracovních dokumentů.

Termín 1. 4. 2014 se tak stal společným datem pro nastavení nové struktury odměňování i pro navýšení fixní mzdy podle platné kolektivní smlouvy.

Jak bylo od počátku komunikováno, jedním z hlavních pilířů přechodu mzdy zaměstnance do nového systému odměňování bylo zachování jeho celkové roční mzdy. Součástí dokumentů, které jste v březnu obdrželi, byla tedy i tabulka s přehledným porovnáním mzdy k 1. 4. 2014. Každý zaměstnanec měl tak možnost si ověřit dodržení pravidel pro přepočítání jeho mzdy do nového systému odměňování a splnění ustanovení kolektivní smlouvy o navýšení fixní mzdy od 1. 4. 2014.

V březnu jsme vám dále chtěli dát možnost se anonymně zeptat na to, co vás v souvislosti s novým systémem odměňování zajímá. Dne 18. března tedy na intranetu RWE proběhl on-line chat s Danou Hořejší, Senior manažerkou, odměňování a benefity. Nastavení nového systému odměňování se ukázalo jako zajímavé téma pro řadu z vás a byli

jste velmi potěšeni, že se na chatu rozběhla živá diskuze. Záznam chatu je stále dostupný na intranetových stránkách v záložce Lidské zdroje/HR projekty/Nový systém odměňování.

**A na jaké oblasti jste se Dany Hořejší nejvíce ptali?**

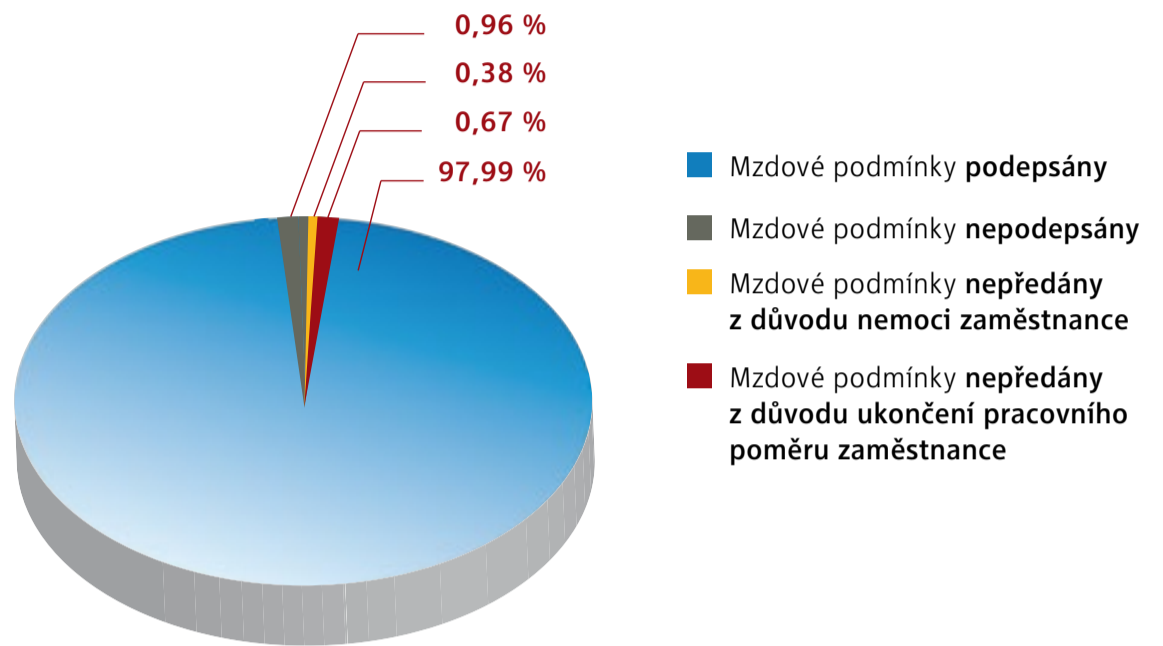
Stejných oblastí se týkaly i dotazy směřované do e-mailové schránky odmenovaniabenefity@rwe.cz, která byla dostupná po celou dobu trvání projektu. Své dotazy z oblasti odměňování a benefitů do ní můžete psát i nadále.

Z některých dotazů bylo patrné váhání našich zaměstnanců, jestli nové Mzdové podmínky podepsat, nebo zůstat u současného nastavení mzdy. Věříme, že se nám většinu obav podařilo rozptýlit, což nám potvrdil i výsledek rozhodnutí našich zaměstnanců:

- podepsáno: 97,99 %
- nepodepsáno: 0,96 %
- nepředáno z důvodu ukončení pracovního poměru zaměstnance: 0,67 %
- nepředáno z důvodu nemoci zaměstnance: 0,38 %

Chtěli bychom poděkovat všem zaměstnancům a manažerům za jejich

## Podpis mzdových podmínek - vyjádření zaměstnanců



podporu a aktivní zapojení po celou dobu trvání projektu. Vnímáme tento výsledek jako velmi pozitivní signál dů-

věry našich zaměstnanců ve směřování skupiny RWE k nastavení jasných a srozumitelných pravidel, a to nejen v ob-

lasti odměňování a benefitů.

DP

# Implementace systému Confluence

Dnešním článkem končíme malý seriál o nástrojích pro efektivní týmovou spolupráci. Zastavíme se u nástroje pro sdílení informací v Zákaznických službách. Znalostní báze je systém pro sdílení metodických a procesních postupů, manuálů, FAQ, respektive častých dotazů a odpovědí, případně dalších informací.

Ve skupině RWE máme od října 2012 k dispozici mocný nástroj, kterým je znalostní báze Confluence. Systém byl implementován ve společnosti RWE Zákaznické služby, nic však nebrání jejímu využití i v dalších společnostech skupiny RWE.

Nesmírnou výhodou znalostní báze Confluence je to, že v rámci jednoho systému je možno vytvářet neomezené množství oddělených prostorů. Pro každý prostor lze uživateli samostatně přidělovat role a oprávnění. Společně jsou pouze prostory Přílohy, Nepoužívané přílohy a Reporty. Také v těchto prostorech, přestože jsou sdílené, je přístup k datům řízen pomocí oprávnění.

Každý uživatel má přístup jen do určitých prostorů a pro každý z nich má přidělenou roli, která

definuje úroveň oprávnění. Jedná se o role Čtenář, Editor, Schvalovatel a Administrátor prostoru. Jeden člověk tak může mít v jednom prostoru například roli Čtenáře, a v jiném roli Schvalovatele.

Dále je možno řídit přístup k informacím i v rámci jednotlivých prostorů. Schvalovatel může pro některé kategorie či témata nastavit restriktce, takže jsou pak tyto informace pro určité skupiny uživatelů neviditelné. Toho lze využít například v prostorech, do nichž mají přístup zástupci Obchodu i Distribuce a zároveň je zapotřebí dodržet pravidla unbundlingu. V celé znalostní bázi tak lze spolehlivě zajistit, aby každý uživatel viděl jen ty informace, které má právo vidět.

Díky možnosti vytváření samostatných prostorů, se využívání znalostní báze postupně rozšiřuje jak v rámci společnosti Zákaznické služby, tak i v rámci skupiny RWE. Nyní zde existuje již 16 prostorů a v přípravě jsou další.

Největší objem informací je obsažen v prostoru s označením „ZS – Metodika FO/BO“, v němž jsou publikovány veškeré metodické postupy, které po-

třebují pracovníci Zákaznických služeb při obsluze zákazníků a řešení jejich požadavků.

Z pohledu uživatelů – Čtenářů je velkou výhodou znalostní báze rychlé vyhledávání informací pomocí klíčových slov a fulltextu, přičemž co nejpřesnějšího výsledku lze dosáhnout zadáním doplňujících filtračních kritérií. Uživatelé, kteří se ve struktuře daného prostoru dobře orientují, mohou informace velmi efektivně vyhledat prostřednictvím stromu kategorií.

Další užitečnou funkcí je zobrazování novinek na úvodní obrazovce. Navíc si pomocí filtru mohou uživatelé snadno vyhledat, jaká nová témata byla publikována nebo aktualizována v určitém období, které je zajímavé.

Samozřejmostí je uchování předchozích verzí témat. Uživatelé tak mají možnost si v případě potřeby zobrazit verzi tématu, která byla platná k určitému datu a případně ji porovnat s aktuální verzí.

Přímo ze znalostní báze lze vybraným slupinám uživatelů hromadně rozesílat e-maily informující o publikování nových témat.

Pro editory, kteří tvoří obsah znalostní báze, je velmi důležitá zpětná vazba od čtenářů. Proto mohou čtenáři u každého tématu ohodnotit jeho prospěšnost a oznámkovat, jak jim informace zde uvedené pomohly. Čtenáři mají také možnost jednoduše oznámit chybu v tématu, pokud na ni narazí. Pole pro nahlášení chyby je na konci každého tématu.

Editoři a Schvalovatelé zase ocení sofistikovaný publikační proces a pokročilé možnosti editování témat (vkládání maker, možnost propojení témat pomocí hyperlinků, rychlé výměny příloh ve více tématech současně apod.).

Věříme, že vás naše krátká série o nástrojích pro spolupráci zaujala a těšíme se u podobného tématu zase někdy přístě.

Vendula Lancová

# Nebojte se e-learningu

Pokračování ze strany 3

**Maximum energetiky za minimum času**

Pokud se chcete rychle zorientovat v novinkách v oblasti energetiky, neváhejte absolvovat kurz Plynárenské a energetické minimum. Jedná se o zdařilou inovaci původně prezenčního kurzu, na jejíž přípravě jsme spolupracovali s odbornými garanty odpovědnými za jednotlivé oblasti energetiky. Kurz průběžně upravujeme podle vývoje situace na trhu.

Kurz vás postupně provede odvětvím energetiky od úplných základů, přes

problematiku distribuce a skladování plynu, legislativní rámec podnikání v energetickém průmyslu, až po obchod a služby, které poskytujeme našim zákazníkům. Kurz je proto vhodný jak pro úplné začátečníky, tak pro zkušené energetiky, kteří chtějí mít přehled o nových trendech v oboru.

**Komunikační dovednosti v e-kostce**

Chcete se zlepšit v komunikaci s podřízenými, s kolegy, se zákazníky? Pak právě pro vás jsme připravili sérii e-learningových kurzů zaměřených na takzva-

né měkké dovednosti. S pomocí tematických kurzů s řadou názorných příkladů a videoukázek tak můžete vylepšit své schopnosti v podávání zpětné vazby, řešení pracovních i osobních konfliktů, v profesionálním vedení přijímacího nebo hodnotícího pohovoru.

**Externí e-learningové kurzy**

Zajímavou novinkou v naší nabídce je zařazení odkazů na vybrané externí e-learningové kurzy. Jejich prostřednictvím se můžete například zdokonalovat ve studiu cizích jazyků nebo absolvo-

vat řadu zajímavých kurzů významných zahraničních univerzit. K dispozici zde máte nově i přístup do e-knihovny společnosti RWE AG pod názvem RWE E-books.

Podrobné informace naleznete na intranetu Lidských zdrojů, v sekci Vzdělávání a rozvoj. Kompletní nabídku e-learningových kurzů pak v Katalogu vzdělávacích akcí. V případě jakýchkoli dotazů se můžete také obrátit na HR linku 989 33 44.

HR tým

**VÝHODY E-LEARNINGU**

- Studium pohodlně odkudkoliv a kdykoliv (kde je internet)
- Studium podle svých časových možností a tempa
- Možnost kdykoliv přerušit a zase pokračovat dál
- Multimediální prvky, odkazy, názorné příklady a animace
- Výsledky kurzů vždy pod kontrolou
- Studium je zdarma

# ALL RWE ENERGIE MEETING

Žádná nudná přednáška ▪ Roli moderátorů si vyzkoušeli sami zaměstnanci

K 1. 1. 2014 se fúzí sloučily všechny obchodní společnosti skupiny RWE do nové společnosti RWE Energie. Po necelých třech měsících jejího působení, v polovině března, proběhlo historicky první, a svým způsobem výjimečné, setkání všech jejích zaměstnanců – ALL RWE ENERGIE MEETING.

Organizátorům se podařilo téměř nemožné – vměstnat do plzeňského Parkhotelu více než dvě

stě osob a připravit zajímavý a netradiční program. Pro žádné monotónní přežívání výsledků minulého roku ani zdoluhavé proslovy nebylo ve scénáři místo. Právě naopak. Celý den byl originální, svižný a velmi zajímavý.

Setkat se tu mohli kolegové napříč všemi regiony, z různých úseků, s různými zkušenostmi – od letitých pracovníků, kteří s RWE spojují celý svůj profesionální život, až po naprosté nováčky. Této akce, unikátní nejen svým rozměrem, se zúčastnili také zástupci společnosti RWE Zákaznické služby, jakožto klíčového partnera v oblasti obchodu.

Vedení společnosti představilo netradiční formou (mnohdy se zapojením publika) poslání společnosti, její vizi a strategii včetně hlavních hodnot. V následných workshopech byla strategie diskutována formou Gallery Walk a moderovaných

diskuzí (roli moderátorů si vyzkoušeli vybraní zaměstnanci ze všech úseků společnosti). Všichni účastníci tak dostali prostor vyjádřit svůj názor a aktivně se zapojit do tvorby strategie společnosti. Zároveň mohli přispět k jejímu doplnění, upřesnění a předání zpětné vazby.

Další částí programu byly takzvané carousely, kde jednotlivé útvary (INDI, MASS, Portfolio Management, Finanční controlling, Sales controlling a Zákaznické služby) přiblížily svým kolegům vybraná aktuální témata. Jejich vystoupení byla opět oživena praktickými ukázkami a zajímavostmi z každodenního života v RWE a těšila se velké pozornosti přítomných.

## POSLÁNÍ SPOLEČNOSTI

Spolehlivý dodavatel energií – lídr v kvalitě služeb a inovativním řešení potřeb zákazníků.

Nezbývá, než si popřát hodně štěstí a úspěchů při naplňování naší strategie na extrémně konkurenčním energetickém trhu.

Alena Petříková

## VIZE

Zákazník je základním zdrojem hodnoty a středobodem našeho zájmu.

- Chceme se odlišovat od konkurence inovací, schopností pružně reagovat na požadavky zákazníků a změny na trhu.
- Chceme pro-aktivně identifikovat nové tržní příležitosti, a to v souladu s posláním a kompetencemi skupiny.
- Chceme aktivně rozvíjet spolupráci v rámci skupiny jako sebevědomý a inspirující člen.

## Semináře pro významné zákazníky pokračují

Už v minulém čísle team:u jsme informovali o vzdělávacích seminářích, které pro naše velké zákazníky pořádá úsek prodeje INDI. Koncem března a začátkem dubna proběhly další dva v Ústí nad Labem a v Plzni.

Oba semináře navštívilo dohromady téměř 60 zástupců našich nejvýznamnějších zákazníků z těchto regionů. Zajímavou prezentací, která obsahovala informace nejen o našich službách a produktech, ale i o nejnovějších trendech a možnostech nákupu zemního plynu, velmi poutavě provedl zákazník Tomáš Vyležik, produktový manažer Kompetenčního centra INDI.

Už v průběhu přednášek se účastníci často zajímali o detailnější informace k jednotlivým produktům či možnostem jejich využití. Pochopitelně důležitá část jejich dotazů směřovala k cenovému vývoji.

Velkou pozornost také vyvolala praktická ukáзка možnosti využití Gas Trading portálu. Tomáš Vyležik zákazníkům předvedl, jak lze jednoduše a uživatelsky komfortně reagovat na příznivý vývoj ceny zemního plynu. Během několika málo minut a doslova na tři kliknutí je možné nakoupit libovolné množství plynu.

Důležitou součástí seminářů byly samozřejmě i diskuze se zákazníky. Ostatně možnost neformálního setkání ocenil i Luděk Primus – Senior manažer INDI North: „Semináře osobně považuji za velmi vydařené, ohlasy našich zákazníků jsou jednoznačně pozitivní. Termín konání seminářů se podařilo naplánovat do období výraznějšího poklesu cen plynu a výrazně tak přispěly k velmi dobrým obchodním výsledkům kontraktace 2015 v měsíci dubnu. Rozhodně budeme uvažovat o dalších možnostech, jak tuto vydařenou aktivitu zopakovat.“

Pavel Zajíc



# Rozvoj vedoucích zákaznických center

Brno ▪ Zákaznická centra poskytují příchodním zákazníkům osobní péči a zajišťují přímý prodej na 29 moderních centrech ve 27 městech v naší republice. Každé centrum má na starosti vedoucí zákaznického centra (ZC).

Na naše vedoucí máme vysoké nároky. Musejí být manažery, kteří umějí řídit pobočku a podřízené. Lídry, kteří umějí vést a motivovat. Lektory, kteří umějí předávat informace, proškolení si podřízené na postupy, pokud není jiná možnost. Zároveň umějí sami obsluhovat a prodávat. Znajjí dobře metodické postupy.

Víme, že hodnota je v lidech a chtít po lidech můžeme jen to, na co jsme je připravili a vyškolili. Uvědomujeme si také, jak jsou v každé společ-

nosti zásadně důležití linioví manažeri. V našem případě vedoucí ZC.

Na přelomu let 2011/2012 jsme se zamýšleli, jak celkově zvýšit odbornost vedoucích, aby se jim lépe dařilo plnit náročné prodejní plány, motivovat podřízené, učit je novým věcem apod. Dospěli jsme k názoru, že nejdříve musíme zjistit a změřit, jak jsou v čem dobří. Zejména nás zajímalo, jací jsou prodejci, lektori a manažeri. Rozhodli jsme se pro náročnou formu Development Centra (DC), které nám mělo ukázat jejich silné a rozvojové stránky. Naše DC bylo profesně odborné a obsahovalo situace přímo z praxe nebo praxi velmi podobné, a dále například i výkonové psychologické testy. DC jsme realizovali ve spolupráci se specialisty HR z Centra odbornosti (jmenovitě s Hankou Slepíčkou a Martinou Navrátilovou) a externími konzultanty. Výsledkem DC byla zásadní doporučení pro komplexní rozvoj. Jedním

z doporučení byla také standardizace prodejních technik. Tu jsme řešili vytvořením Manuálu úspěšného prodejce, na kterém se podíleli jak specialisté ZC, tak trenéři z útvaru metodiky a rozvoje.

## Principy rozvojového programu

Rozvoj vedoucích jsme začali plánovat společně s HR, s Centrem odbornosti. Vypsali jsme výběrové řízení na poskytovatele tohoto programu. Zadání pro vzdělávací agentury bylo výjimečné v tom, že jsme jim dali „naprosto svobodnou ruku“. Jako zadání od nás dostali pouze anonymní výsledky DC. Zajímalo nás totiž, s čím kdo přijde. Jaké trumfy vzdělávací agentury představí? Čím nás zaujmou?

Když si nyní vzpomenu na výběrové řízení, kde agentury prezentovaly svůj program, tak jsou to vzpomínky plné zoufalství, ale i úsměvů a nadšení. Většina agentur neuměla vůbec zaujmout, prokázat schopnost originality, přípravy na výběrové řízení, neuměly pracovat s výsledky DC,

nabízely nám zkostnatělé přednášky o time-managementu apod. Zaujala nás jen firma Image Lab. S tou jsme se pustili, po náročných přípravách, do rozvojového programu pro vedoucí ZC. Ten byl postaven na několika principech, které byly klíčové pro úspěch:

- jasný harmonogram akcí na 1,5 roku dopředu,
- rozvoj ve třech hlavních pilířích – manažer, kouč, prodejce,
- stabilní lektori ve skupině zodpovědní každý za svůj pilíř,
- školení jsme nahradili praktickým tréninkem a akcí,
- tréninkové situace kopírovaly aktuální dění v praxi,
- tři tréninkové skupiny vytvořené napříč regiony posílily vzájemnou spolupráci.

Program se rozběhl od začátku úspěšně a vedoucí ho přijali za svůj. Na podobném principu byl tedy naplánován a realizován i rozvoj v call centru v Ostravě. Tam jde program právě teď do finále.

Rozvojový program jsme ukončili integračními dny, kde si všichni vyzkoušeli různé situace, ve kterých mohli ukázat, jak umějí získat nebo udržet zákazníka, jak umějí poskytovat zpětnou vazbu prodejci, jak umějí motivovat a naučit.

Rok 2013 jsme z pohledu rozvojových aktivit ukončili velmi inspirující přednáškou Mariana Jelínka, který je známý především tím, že byl osobním koučem Jaromíra Jágra. Ten nám strhující a živým způsobem ukazoval paralely mezi sportovním tréninkem a manažerskou prací; odhaloval nám klíčové momenty motivace podřízených.

## 360° zpětná vazba

O rozvoji našich vedoucích přemýšlíme i v letošním roce. Kvalita je pro nás klíčovou hodnotou a důležitou investicí. Po skupinovém rozvojovém programu jsme se rozhodli pokračovat cestou individuálního zacílení dle potřeb každého vedoucího.

➔ Pokračování na straně 7





# Podomní prodej ve službách RWE

Praha ■ Podomní prodej (často zkráceně označovaný jako D2D z anglického door – to – door) je jedním z nejstarších způsobů obchodování. Ačkoliv tento způsob prodeje často budí velké emoce a bývá přijímán dosti negativně či přinejmenším rozporuplně, stále jde o poměrně efektivní cestu získání nových zákazníků. Řada našich zaměstnanců si stále častěji klade otázku, proč se společnost naší velikosti a našeho renomé rozhodla použít podomní prodej jako jeden ze svých akvizičních kanálů.

## Proč tedy D2D v RWE Česká republika?

Významným impulsem pro toto rozhodnutí byly zkušenosti ze zahraničních trhů, konkrétně z Německa, Holandska a Velké Británie. Podomní prodej v těchto zemích sehrál významnou roli zejména v počátečních fázích liberalizace energetického trhu. Bylo tedy více než pravděpodobné, že podobný scénář se bude opakovat i v případě České republiky.

Když se v roce 2010 začala naplno rozjíždět reálná liberalizace trhu s energiemi v České republice, odstartovaly ji nově založené společnosti alternativních dodavatelů v čele s Bohemia Energy a Centropolem. Tito nově přichozí hráči záhy zjistili, že reklama a letáčky jim příliv nových zákazníků nezajistí. Rovněž akvizice přes telefon se ukázala jako nedostatečně efektivní – přece jen vymámit ze zákazníka přes telefon údaje jako EAN nebo distribuční sazbu není tak jednoduché, konec konců naše kolegyně a kolegové z call centra to mohou potvrdit. A tak, přesně podle zahraničních zkušeností, přišel na scénu podomní prodej, tedy prodejní postup, kdy je zákazník osobně kontaktován ve svém bydlišti. Ten totiž přináší jednu velkou výhodu – zákazník má u sebe fakturu stávajícího dodavatele, což je pro energetickou akvizici klíčový dokument.

Výsledkem bylo, že tradiční velcí dodavatelé, a mezi nimi i RWE, začali poměrně výrazně ztrácet zákazníky v řádu až několika stovek tisíců. Navíc až do 30.5.2012 platilo, že od doma uzavřené smlouvy bylo možné bez sankce odstoupit jen do 14 dní od podpisu. Možnosti retenční byly tedy velmi omezené a vzhledem k tomu, že většina zákazníků měla smlouvy na dobu neurčitou, šlo o rychlý a poměrně jistý byznys.

Při našem vstupu na trh s elektřinou v roce 2010 se od začátku počítalo s využitím tohoto prodejního kanálu. Cíle byly přitom dva:

Ověřit efektivitu tohoto způsobu prodeje i v případě, kdy obchodník trvá na dodržování standardů kvality prodeje na úrovni, která dosud nebyla na D2D trhu běžná (tzn. dodržování etického kodexu prodeje a zajištění informovanosti zákazníka obdobné úrovni jako při akvizici prostřednictvím zákaznických center nebo call centra).

Přesměřovat část prodejců, kteří dosud odváděli plynové zákazníky od RWE k našim konkurentům na elektrické akvizice ve prospěch RWE, a tím snížit tlak na naše vlastní zákaznické portfolio.

Díky společnému úsilí všech, kteří se větší či menší měrou podíleli a podílejí na spolupráci s externími prodejními kanály, jsme od roku 2010 zpracovali více než 300 tisíc akvizičních smluv a retenčních dodatků. Ne všechny tyto akvizice byly úspěšně završeny zahájením dodávky, společně však stále pracujeme na tom, aby podíl neúspěšných akvizic byl co nejmenší.

Martin Leiss, External Sales Channels,  
Tým Zákaznických služeb

## ÚTVARY RWE ZAPOJENÉ DO D2D

### EXTERNAL SALES

Řídí spolupráci s jednotlivými externími partnery, provádí školení prodejců a back office externích partnerů. Přenáší zpětnou vazbu na činnost prodejců zpět do prodejní sítě. Poskytuje zpětnou vazbu pro vývoj nových produktů/zlepšení našich interních procesů.

Většina agentur, které provozují podomní prodej, funguje na bázi multi level marketingu (obchodní strategie založené na tom, že prodejci jsou odměňováni i za výsledky těch prodejců, které do systému sami přivedli). Z toho plyne, že jednotliví prodejci nejsou jejich zaměstnanci, ale „ičaři“ (tudíž osoba samostatně výdělečně činná pracující na vlastní IČO), a jejich hlavní motivací jsou provize. Poměrně často se tak při školeních nových prodejců setkáváme se známými tvářemi, které se rozhodly zkusit štěstí v nové agentuře. Výjimkou nejsou ani prodejci, kteří s produkty RWE začali, pak je lákaly vyšší provize alternativních dodavatelů a po čase se vrací zpátky k RWE kvůli silné značce a poskytovanému servisu.

Běžný den podomního prodejce energií začíná ráno mezi sedmou a osmou hodinou na centrále agentury ranní prodejní motivací, při které se vyhláší nejlepší prodejci předchozího dne. Poté vyrazí týmy prodejců do terénu za zákazníky a mezi pátou a šestou odpolední se vrací zpět na centrálu, kde odevzdávají své akvizice. Tomuto pracovnímu rytmu se musí přizpůsobit i školení či doškolení prodejců, která provádíme – probíhají tedy buď brzo ráno nebo v podvečer.

Předané akvizice pak před odesláním do RWE zkontroluje back office dané agentury D2D prodejců a zároveň provádí i jejich telefonickou verifikaci (ověření korektního průběhu akvizice a chování prodejce). Prodejce – začátečník většinou jako první sepíše vlastní odběr nebo odběr někoho z rodiny. Při verifikaci pak není nouze o zábavné momenty, kdy je prodejce dotazován operátorkou na spokojenost se svojí prací při prodeji elektřiny či plynu.

Školení a doškolení prodejců a back office je pro nás cenným zdrojem zpětné vazby o prodejnosti našich produktů i o efektivitě procesů zpracování změny dodavatele. Díky tomu, že prodejci rotují mezi agenturami, máme zároveň možnost získat z první ruky i informace o akvizičních postupech konkurence v rámci tohoto prodejního kanálu. Abychom se k těmto informacím dostali, je nutné udržovat dobré vztahy nejen s vedením jednotlivých agentur, ale zejména s vedoucími prodejních týmů a back office.

### QUALITY MANAGEMENT

Přebírá od externích partnerů nové akvizice, kontroluje jejich formální úplnost a předává je ke zpracování na oddělení komplexních požadavků. Spravuje evidenci aktivních prodejců. Vede komplexní evidenci dodaných akvizic, provádí výplatu provizí a pravidelný operativní reporting prodejců. Poskytuje oddělení rekl-

mací a stížností součinnost při řešení stížnosti na postup externích prodejců. Poskytuje External Sales zpětnou vazbu o chybách v dokumentaci a stížnostech pro následné doškolení prodejní sítě.

Tým Quality Managementu zkontroluje každý měsíc několik tisíc akvizičních dokumentů, provede v průměru dvacet aktualizací seznamu prodejců, zpracuje desítky provizních reportů a předá pracovníkům externího prodeje v průměru sto námětů na zlepšení práce či doškolení konkrétních prodejců. V rámci monitorování kvality práce prodejců si jeho zaměstnanci rovněž poslechnou zhruba dvanáct hodin verifikačních hovorů (jeden trvá tři až šest minut).

V rámci kontroly občas narazí na kuriózní chyby při vypisování smluv. Oblíbené jsou mezi prodejci zejména přesmyčky v datu narození nebo podpisu. Obdrželi jsme například smlouvu sjednanou v roce 1302 nebo zákazníka narozeného 2.13.1869. Některé z těchto chyb lze se souhlasem zákazníka opravit, jiné bohužel končí vratkou a prodejce musí sjednat novou smlouvu.

### ODDĚLENÍ KOMPLEXNÍCH POŽADAVKŮ

Smlouvy, které projdou bedlivou kontrolou útvaru Quality Managementu, následně putují ke zpracování na oddělení komplexních požadavků (dále jen OKP). Ve spolupráci s podatelnou jsou skeny všech potřebných dokumentů uloženy na úložiště, originály se dostanou do rukou pracovníků OKP a začíná samotné zadávání dat do CRM.

Za dobu tří let se podařilo celý proces zpracování dokumentů a jejich zadávání do systému nastavit a doladit. Ale stále je co řešit. Velké změny ve zpracování letos v zimě přinesl i nový Občanský zákoník. Od prosince loňského roku podporuje prodej našich produktů také nabídka výhodného volání, proto bylo potřeba rychle se naučit a nastavit i proces administrace SIM karet RWE Mobil prodaných D2D prodejci.

Právě práce s klientem v procesu změny dodavatele je oblastí, na kterou je potřeba se detailněji zaměřit tak, aby každá uzavřená smlouva byla završena úspěšnou změnou dodavatele.

### CALL CENTRUM RWE

Call centrem zastřešujeme ověřování smluv sepsaných přes D2D prodej. Ve chvíli, kdy zákazník chce ujistění, že skutečně sepisoval smlouvu se zástupcem naší společnosti, případně chce udělat změnu ve smlouvě, obrátí se na zákaznickou linku, kde jeho požadavek zpracuje specializovaný tým ve spolupráci s Quality Managementem.

Další činností, kterou se naše call centrum zabývá, je zamítnutí žádosti změny dodavatele ZP i EE. Jedná se především o chybně stanovený termín zahájení dodávky, chybná data zákazníka, chybného obchodníka apod. V těchto případech je

nutná součinnost se zákazníkem a oprava sepsané smlouvy. Tímto způsobem zajistíme externím partnerům realizaci smlouvy a výplatu provizní složky v průměru u 70 procent obvolávaných žádostí. Zákazníci svá rozhodnutí mění, odstupují od již sepsaných smluv s externími prodejci. Od konce února oslovuje call centrum klienty, kteří od smluv odstoupí ještě před doručením smlouvy, od května bude řešeno i odstoupení od již vrácených smluv. Díky této aktivitě znovu získáme klienta pro firmu, ale také podchytíme příčiny změny rozhodnutí zákazníků, které poslouží kolegům z externího prodeje pro zlepšování kvality práce našich prodejců. Zákazník nás vnímá při komunikaci jako prodejce, se kterým sepisoval smlouvu, a proto se občas stává, že zve operátory k dořešení osobně s kávou a čerstvě napečenými koláčky.

### ZÁKAZNICKÁ CENTRA

Pokud má zákazník nějaký dotaz či nejasnost, může kontaktovat jak call centrum, tak osobně zákaznické centrum v regionu. Zaměstnanci zákaznických center rovněž poskytují zpětnou vazbu na prodejce v regionech. Pokud se někde setkají s neetickým chováním, pak podávají reklamaci, a s takovými prodejci je následně ukončena spolupráce.

Nejčastěji chodí zákazníci s dotazy, zda dotyčný prodejce byl skutečně z RWE, dalším důvodem návštěvy kontaktního místa je požadavek na ukončení smlouvy.

### ODDĚLENÍ REKLAMACÍ A STÍŽNOSTÍ

V případě, že se na nás zákazník obrátí s reklamací nebo stížností, nastupuje právě oddělení reklamací a stížností, které řeší také různé typy stížností v souvislosti s D2D prodejem.

Zákazníci si většinou stěžují na to, že jim externí prodejce poskytl nepravdivé informace o sjednané ceně, nároku na bonus či dobu trvání smlouvy. Často se rovněž setkávají se stížnostmi, kdy jsou zákazníkům z důvodu nesprávně stanoveného data ukončení smluvního vztahu vystavovány smluvní pokuty od původního dodavatele. Občas se setkají s případem, kdy zákazník tvrdí, že žádnou smlouvu s naší společností nepodepsal, a nesouhlasí se změnou dodavatele. V neposlední řadě pak řeší stížnosti zákazníků seniorů, kteří většinou tvrdí, že byli obelháni či uvedeni úmyslně v omyl.

Ve většině případů zasílají žádosti o prověření stížnosti na chování externího prodejce na oddělení Quality Managementu a na základě obdrženého stanoviska pak následně reklamaci posoudí a vyřeší.

V řadě případů se pak rozbořením archivovaných verifikačních hovorů zjistí, že akvizice probíhala korektně, ale zákazník následně podlehl tlaku rodinných příslušníků a mírným „přibarvením“ se snaží dodat své stížnosti (směřující k anulaci smlouvy) větší váhu.

## VÍTE, ŽE...

- uvedený objem akvizic a retencí byl realizován díky spolupráci s více než třemi tisíci prodejci;
- průměrný věk D2D prodejce je 33 let, přičemž 55 procent prodejců bylo mladších než 30 let;
- asi 1/3 nově vyskolených prodejců opouští agenturu po méně než jednom měsíci prodeje;
- neúspěšnější prodejce nám za dva roky spolupráce přinesl 1 940 akvizic a 534 retenčních dodatků, tedy v průměru čtyři smlouvy za pracovní den;
- nás, kteří se řízením tohoto prodejního kanálu zabýváme, je možná méně, než byste si mysleli (stačí se podívat na organizační strukturu v telefonním seznamu a uvidíte, na kolik byl váš odhad přesný).





# Nejen Hollywood, ale i call centrum má své HVĚZDY!

Jsem si jista, že každý zdravě sebevědomý člověk se rád občas pochlubí svými úspěchy a přednostmi. Ještě lepší je, když je ohodnotí a vyzdvihnou jiní, souhlasíte? A protože naše call centrum je plné šikovných a úspěšných lidí – prodejců, rozhodli jsme se připravit pro toto číslo **team:u** rozhovor se dvěma sympatickými ženami, které se právem mohou honosit titulem **Prodejní hvězda**. Jde o **Ilonu Curylovou** a **Hanu Kožusznikovou**.

Ilona Curylová pracuje v call centru pět let a od začátku prodeje elektřiny, tedy od 10. května 2010 do konce března 2014, má na svém kontě již 2 275 úspěšných akvizic elektrické energie. Hana Kožuszniková v lednu oslavila sedmý rok svého působení v roli operátorky a může se pyšnit 1 707 úspěšnými akvizicemi za stejné období, jako její kolegyně. Obě s nadsázkou sobě vlastní prohlašují, že jsou naším archívem. Každopádně nikdy nepokazí žádnou legraci a jdou do každé příležitosti na podporu prodeje naplno! Položila jsem děvčatům několik otázek, které snad pomohou nakouknout pod pokličku úspěšným prodejčím a zároveň čtenářům lépe přiblíží jejich práci.

*Děvčata, jaké byly vaše prodejní začátky v našem call centru?*

Ilona: Musím říci, že začátky byly kruté. Obavy ze školení a následné aplikace do provozu se naplnily. Ale naštěstí opravdu jen krátkodobě. Šlo o to, že všechny informace byly pro mě nové, nepoznané, prostě „španělská vesnice“ – fakt nejsem elektrikář (následuje úsměv). Postupem času a získáváním jistoty v produktových znalostech šly prodeje lépe a lépe.

Ilona Curylová



Hanka: Dobře si vzpomínám, že jsem byla zděšená, když nám na setkání zaměstnanců bylo sděleno, že RWE bude prodávat i elektřinu. Vůbec jsem si nedovedla představit, že to budu zrovna já, která začne prodávat mezi prvními operátory. A ejhle, bylo rozhodnuto. Samozřejmě jsem se bránila, neměla jsem zkušenosti, neměla jsem pocit, že bych zrovna já mohla ze startu na prodej (samozřejmě jsme byli proškoleni). No a co myslíte, kdo prodal první elektřinu na CC? No já, dokonce jsem dostala barevné fixy za odměnu. Mám poznačeno, že to bylo 12. 5. 2010. Tento měsíc jsem uzavřela 35 smluv na elektřinu.

*Kdy tedy nastal zlomový okamžik a vy jste se začaly cítit jako prodejčiny? Co vám pomohlo?*

Ilona: Zlomové období nemožu s přesností určit. Čím víc prodejních hovorů bylo odbaveno, čím víc bylo odesláno smluv na elektřinu, tím víc jsem získávala jistotu a dokázala lépe se zákazníkem komunikovat a argumentovat. Pomohl mi v tom tehdy opravdu hodně „argumentovník“, který jsme dostali jako podporu k prodeji do začátku. Neměli jsme tehdy velkou představu, jak na to. Postupem času jsem ho už nepotřebovala a sama jsem dokázala reagovat na různé dotazy a námítky zákazníků.

Tím byla zodpovězena i tvoje druhá otázka, co mi v počátcích pomohlo – „argumentovník“.

Hanka: Po nějaké době jsem zjistila, že lidé byli zvyklí na monopol – zvláště ZP a zvláště EE. Byli hodně překvapení možností sjednocení. Začínající zkušenosti a dobré proškolení začaly dávat své ovoce, stoupaly počty smluv každý měsíc. Asi jako Ilča – nemám konkrétní mezník, kdy nastal zlom, ale postupem času jsem dosáhla výsledků dobrých prodejců na CC. Co mi pomohlo? Určitě školení, předávání zkušeností mezi sebou a iniciativa trenérů a vedení. Vytvoření „argumentovníku“ na různé dotazy, na které jsme neuměli reagovat.

*Co vás osobně motivuje k prodeji a co vás na něm baví?*

Ilona: Pro mne je motivací udržet se stále v TOP Sale a být takzvaně „na očích“ vedení, ale taky ostatním kolegům. Aby bylo vidět, že lze nastavené prodejní plány plnit a není vše jen o náhodě a štěstí (to by se mě teda drželo hezky dlouho). A co mě na prodeji baví? Určitě uvolněnost, když mluvím se zákazníkem, s mužskou populací menší „flirtování“, vtipkování a zapojení fantazie. To, že můžu uplatnit svou výřečnost. Hanka: Občas přijde i pochvala od zákazníka. Vždy mě to hřeje u srdce a říkám si, tak to je to, co mě baví, a dělám to dobře. Vidím i výsledek, spokojenost zákazníka.

Je pravda, že občas zavolá i zákazník, který křičí, není s něčím spokojen, ale i tady mě to motivuje, abych ukázala, že jsem tady pro něho a jsem schopná mu pomoci tak, aby byl maximálně spokojený. Vždycky říkám „když můžu, pomůžu“ a daří se mi to.

*To zní hodně zajímavě. Máte třeba nějaký „kuriózní zážitek“ z prodejního hovoru z poslední doby? Co vás třeba hodně pobavilo, překvapilo nebo vám udělalo radost?*

Ilona: Nevím, zda je to až tak kuriózní, ale určitě si vzpomínám na osobní pozvání

na akci „otevřené sklepy“ na jižní Moravu. Tím pozváním mi chtěl zákazník poděkovat za mou pomoc. Dokonce volal znovu na naši zákaznickou linku, aby si mě opět vyžádal a poopravil termín konání. V jiném hovoru jsem zase dostala pracovní nabídku. Pán podnikal ve vzdělávání a prý jsem dokonale vyškolená a asistentka mu odchází do důchodu... Nabídl mi i nové bydlení – byt 2+1, který bych mohla využívat.

Hanka: To určitě má každý, ale spíše bych poukázala na to, jak jsou někteří zákazníci rádi, že jsme lidští, umíme se vžít do jejich situace, a za odměnu nás třeba pozvou na kávu nebo k sobě do svého města, aby viděli osobu, která je neodbyla pravidly, poučkami, stereotypem hlasu... Osobně jsme byla pozvána do vinných sklípků na Moravu a do jižních Čech. Mám dokonce dopis s pozvánkou do maďarských lázní.

(Pozn. autorky: Mimochodem právě dnes jsme do call centra dostali na Hanku další děkovaný dopis zákaznice, která ji a další naše operátorky velmi chválila za jejich lidský a profesionální přístup.)

*Děvčata, jak reagujete vy osobně na telefonní nabídky produktů? Projevuje se na vás profesionální deformace? Hodnotíte kolegy z jiných „branží“?*

Ilona: Pravdou je, že když někdo zavolá s nabídkou nebo když já sama v roli zákaznice někde volám a potřebuji něco vyřídit, chovám se, jako bych byla supervizor a vnímám standardy hovoru toho operátora. Při jedné reklamaci jsem dokonce chtěla sama dávat zpětnou vazbu, protože přístup a chování operátora bylo neadekvátní. Takže asi už deformovaná jsem...

Hanka: Špatně. Asi dva roky jsem volala na zákaznickou linku jedné naší velké konkurenční společnosti. Potřebovala jsem ověřit údaje ve své smlouvě. Volala jsem asi třikrát a pokaždé jsem dostala jinou odpověď. Nakonec to skončilo tak, že jsem požádala o potvrzení informací písemně. Ví, co můžu i v soukromém životě využít jako prodejce. Nedám se už

jen tak odbýt jednou odpovědí, když si nejsem sto procentně jistá její správností.

*Na závěr našeho povídání bych se ráda zeptala, co byste doporučily či vzkázaly svým kolegům, kteří v našem call centru s prodeji teprve začínají?*

Ilona: Ať se ničeho nebojí a využívají každé prodejní příležitosti, protože jich už není tolik, jako když jsme s elektřinou začínali. Ať chodí do práce pozitivně nahládnutí, protože hlas, jeho intonace a tón je pro prodej opravdu moc důležitý. Pozitivní energie, která z vás vyzařuje, se přenesou i na zákazníka. Prostě „s úsměvem jde všechno líp!“

Hanka: Je to tak! Nebát se jít do toho. Každý začátek je těžký, všichni jsme tím prošli. Navíc – mají už kolem sebe spoustu prodejců, kteří jim pomáhají v začátcích. To jsme my neměli. Když použijí i příjemný hlas v hovoru, dělá to divy a prodej se začne dařit.

Děkuji vám oběma, kolegyně, za rozhovor a přeji, aby se vám stále dařilo nejen v prodeji, ale také v tom pozitivním nastavení, které je vašim nejzákladnějším know how.

Jarka Hofírková



Hana Kožuszniková

## Seznamte se s našimi metodikami

Tentokrát vám pootevřeme dveře do kuchyně metodiků společnosti RWE Zákaznické služby. Podle názvu pozice by se mohlo zdát, že jediná role metodiků je vypracovat metodické pokyny a postupy pro obsluhu kolegů z RWE Zákaznických služeb. Ale takhle jednoduché to naši metodici nemají. Svůj pracovní čas musí rozdělit nejen mezi přípravu a aktualizaci jednotlivých metodik, ale i mezi mnoho dalších povinností.

Každý z metodiků je odborným garantem za daný proces. Co to přesně znamená, nám vysvětlila Daniela Vrbová, vedoucí odboru metodiky a rozvoje. Procesy pro obsluhu zákazníků musí být nastaveny tak, abychom byli schopni zákazníkovi poskytnout co možná nejspolehlivější, nejrychlejší a nejlevnější. Metodici intenzivně spolupracují s kompetenčními centry RWE Energie a s kolegy z RWE GasNet a RWE Distribuční služby. Při zavádění nových produktů a služeb testují veškeré změny v systému, nastavují procesy a postupy pro obsluhu, vytvářejí metodiky a aktualizují je ve Znalostní bázi. Průběžně řeší problémy obslu-

hy a zodpovídají dotazy, a to jak ty zadané přes HelpDesk, tak i ty prostřednictvím telefonu nebo e-mailu. Často se musí zabývat chybami, které v systému nastanou, ať už na straně uživatele nebo chybou systému. Součástí práce metodika je proto také zajištění opravy těchto chyb. Všechny tyto informace pak metodikům pomáhají v dalším úkolu – optimalizaci procesů. Pokud se změní postup, jsou to opět metodici, kteří zajistí informování dotčených úseků. Ideální samozřejmě je, pokud uživatelé postupují dle metodických pokynů, a tudíž všichni stejně. Proto je velmi důležitá spolupráce metodiků s interními trenéry, kteří školí nováčky i stávající obsluhu.

„Rok 2013 byl pro nás náročný hlavně vzhledem k implementaci CRM. Naši metodici museli přizpůsobit stávající procesy novému systému, což přinášelo nejen kompletní revizi a úpravu současných metodik, ale i intenzivní práci na testování a následně i při zodpovídání dotazů a celkové podpoře uživatelům. Teď nastává doba pro vyladění a optimalizaci,“ řekla Daniela Vrbová. **kk**

### Souhrnná data za rok 2013

Celkový počet dotazů směřovaných na metodiky (zadaných přes Help Desk)	4 520
Počet aktualizací metodik a pracovních postupů	338
Počet nových metodik a pracovních postupů	42

## Rozvoj vedoucích zákaznických center

Pokračování ze strany 5

Po konzultaci s našimi specialisty z HR (musím vyzdvihnout především roli Martiny Navrátilové a Tomáše Rodného) jsme se rozhodli pro 360° zpětnou vazbu. Ta obnáší anonymní hodnocení a komentáře v různých profesních dovednostech od podřízených, nadřízených i kolegů. K tomu je navíc přidáno vlastní hodnocení. Dodavatele dotazníků a vyhodnocení 360° zpětné vazby jsme vybírali společně s nákupem a HR. Cílem bylo vybrat dodavatele, se kterým bude moci RWE spolupracovat dlouhodobě, ale prvním, kdo ho využije a vše otestuje, bude vedení ZC.

Věnovali jsme velkou péči přípravě celé akce, abychom z ní dostali maximum informací. Výsledek je ohromující. Dosáhli jsme téměř sto procentní návratnosti dotazníků. V dotaznicích je množství cenných doporučení a komentářů. Hodně času jsme také věnovali individuálním inter-

pretačním setkáním, která byla věnována tomu, jak se ve výsledcích zorientovat a jak jim rozumět. Díky Martině Navrátilové z HR, která zpětnou vazbu vedla, jsme tak ušetřili desítky tisíc korun za externí konzultanty. Navíc naši vedoucí dostali zpětnou vazbu od člověka, se kterým se dlouhodobě znají a kterému důvěřují.

Pro plánování rozvoje vedoucích teď rádi využijeme toho, že je EDUportál nově otevřený celý rok. Nemusíme spechat a vzdělávání můžeme usměrňovat průběžně.

Připravujeme ale i refresh tréninky s Image Labem. Zaměřeny budou na zopakování a procvičení klíčových dovedností, které se naučili vedoucí v průběhu programu. Nechceme totiž, aby naše investice do vzdělávání skončila jako kuchařka v knihovně. Víte co tím myslím? Však to znáte. Koupíte si kuchařku. Díky počítačovému nadšení vyzkoušíte pár receptů a pak ji odložíte na roky do knihovny. Tam se na ni jenom práší a nikdo ji nevyužívá. Takto lze pohlížet i na získané znalosti a dovednosti našich vedoucích. Přejeme si, aby je využívali a aby přinášely „zisk“ jim i jejich centrům. Aby díky nim dokázali překonávat očekávání zákazníků, kteří k nám přicházejí, protože to je klíč k tomu, jak u zákazníků uspět.

Vít Matoušek

### Metodici v akci





# Zásobníky plynu prošly prověrkou připravenosti na mimořádné události

Začátkem roku podstoupili naši kolegové na všech podzemních zásobnících plynu neohlášenou kontrolu připravenosti na mimořádné události. Někteří z nich ji absolvovali dokonce i dvakrát. Jak vše probíhalo a jak to dopadlo? Co je klíčem k úspěšné likvidaci mimořádné události?

## Proč prověřovat

Cílem celé akce bylo především prověřit, zda inspekční služba na velině<sup>1</sup> umí adekvátně reagovat na mimořádné události, které mohou vzniknout při provozu podzemního zásobníku plynu (PZP). Inspekční služba je plně odpovědná za řízení činnosti pro likvidaci havárie, resp. řešení mimořádné události, až do chvíle, kdy se na místo dostaví vedoucí nebo zástupce vedoucího likvidace havárie, což bývá zpravidla vedoucí PZP.

Inspekční komise ve složení Andreas Frohwein, Luboš Herman, Jiří Horký, Josef Zaňat a Patricie Gerhardtová navštívila v průběhu dvou měsíců všechny PZP, přičemž některé z nich byly prověřeny dokonce i dvakrát v průběhu jediného týdne.

O samotném smyslu prověrky se vyjádřil manažer pro BCM, Security & HSE, Luboš Herman:

„Celá akce proběhla edukativní formou a byla to příležitost poznat, jak kdo reaguje ve stresových situacích a pod tlakem.“

## Jak kontrola probíhá

Pro účely cvičení byly vytvořeny různé scénáře fiktivních, ale reálných mimořádných událostí, které by mohly nastat. Je to změna od předchozích let, kdy jsme se zaměřovali především na cvičení scénáře pro případ erupce na sondě, což je nejzávažnější druh havárie.

Celé cvičení mělo tři části.

První část se zaměřila na ověření znalostí a práci inspekční služby s dokumentací pro havarijní a krizové plánování. Testovala se znalost umístění dokumentace, zda je k dispozici platná a aktuální verze, ale také třeba znalost konkrétních ustanovení vyhlášky ČBÚ č.239/1998 Sb., která určuje povinnosti inspekční služby vůči báňskému úřadu. Poté následovala kontrola ochranných pomůcek a základního vybavení, jako jsou například analyzátoři plynu.

V druhé části dostala inspekční služba za úkol řešit konkrétní situaci, při níž měla demonstrovat a případně komentovat svůj postup a jednotlivé kroky. Do cvičení byla zapojena i ostraha zásobníků, která s inspekční službou v případě mimořádných událostí úzce spolupracuje.

V třetí části se ověřovala znalost poskytování první pomoci včetně použití defibrilátoru, a to nejen u pracovníků velin, ale také u ostryhy.

## Jaké scénáře bylo možné „zažít“



Luboš Herman

Vůbec poprvé se testoval postup při pátrání po pohřešované osobě. Tento scénář se prověřoval na PZP Tvrdonice a PZP Dolní Dunajovice. Inspekční služba musela řešit situaci, kdy se kolega ocitl v nouzové situaci a služba měla podle GPS souřadnic zkoordinovat a zajistit pomoc. Klíčem k úspěšnému zvládnutí situace byla znalost správného postupu při tomto typu mimořádné události a především obousměrná komunikace a spolupráce s ostrahou.

Pracovníci PZP Háje a PZP Lobodice čelili úniku plynu s následným požárem a výbuchem v kotelně. Zároveň bylo nutné evakuovat všechny osoby z centrálního areálu zásobníku. Inspekční služba musela přesně znát nejen počet přítomných osob, ale také jména evakuovaných. Jako stěžejní se opět ukázala komunikace a součinnost s ostrahou, která měla za úkol zkontrolovat evakuované osoby na shromaždišti a komunikovat průběžně s inspekční službou.

Mimořádnou událost při podzemní opravě sond prováděné externím kontraktorem řešily PZP Třanovice a PZP Štrambersk. Do určité doby je sice za vzniklou mimořádnou situací odpovědný právě externí kontraktor, který je také povinen ji řešit vlastními prostředky, v našem případě ovšem pomyslně unikl i hydraulický olej. Vzhledem k tomu, že došlo k úniku ropných látek s možnou kontaminací spodních vod, musela se inspekční služba aktivně do řešení situace zapojit hned od začátku a postupovat podle havarijního plánu pro případ ekologické havárie. V takovém případě musí inspekční služba povolat firmu specializovanou na řešení ekologických havárií, monitorovat situaci a přijmout opatření na zamezení kontaminace spodních vod. Klíčem k úspěchu byla dobrá zna-

lost rozdělení rolí a odpovědností mezi pracovníky zapojenými do řešení mimořádné události stejně jako průběžná a přesná komunikace v rámci podzemního zásobníku i s pracovníky dodavatele.

## Co bude následovat

Cvičení přineslo jednotlivým zásobníkům i vedení RWE Gas Storage celou řadu zjištění a také doporučení, na jejichž základě dojde k upřesnění a doplnění havarijních plánů a postupů pro řešení mimořádných událostí.

(luc)

## Poznámky

<sup>1</sup> Inspekční službou se rozumí zaměstnanci, kteří mají na velině službu.

<sup>2</sup> Dekonta a.s. je specialista na řešení ekologických havárií a jako jediná soukromá společnost je součástí integrovaného záchranného systému.

## PÁR TIPŮ PRO LEPŠÍ ŘEŠENÍ MIMOŘÁDNÉ UDÁLOSTI

- Pamatujte si místo, kde je uložený havarijní plán a příslušnou dokumentaci.
- Používejte aktivně Alarm plán, který stručně shrnuje základní informace, kontakty a postup při řešení vzniklé situace.
- Při jakékoliv komunikaci používejte pevnou linku s moduly předvolby. Zkrátíte nejen čas při vyhledávání čísel, ale také zabráníte volbě nesprávného čísla pod vlivem stresu. Zároveň dochází k automatickému nahrávání hovoru, což je důležité pro následné dokumentování situace.
- V případě ekologické havárie, využijte servisu našeho smluvního partnera společnosti Dekonta, a.s. Dříve než pracovníci firmy dorazí na místo, mohou vám její dispečeri poradit po telefonu<sup>2</sup>.

## OSM KLÍČOVÝCH FAKTORŮ PRO ÚSPĚŠNOU LIKVIDACI HAVÁRIE VELKÉHO ROZSAHU

1. Znalosti a zkušenosti pracovníků inspekční služby
2. Jasně postupy pro řízení skladovací soustavy a vyhledávání havarijních stavů a stavů nouze
3. Odborné znalosti všech zapojených
4. Určení zodpovědností a jasně úkoly pro každou osobu
5. Vlastní jednotka báňských záchranářů
6. Dostatečné havarijní zásoby materiálů, armatur apod.
7. Pravidelná cvičení postupů likvidace havárií a krizových situací
8. Průběžná spolupráce s útvary a orgány IZS a státní správy

# Druhá vlna Matrixu vstupuje do poslední fáze

Hovoříme s vlastníky kategorií druhé vlny projektu Matrix

V rozhovorech s vlastníky kategorií druhé vlny projektu Matrix, který se v RWE Gas Storage zabývá optimalizací řízení, plánování nákladů a hledáním úspor, pokračujeme i v tomto čísle. Minule jsme se zaměřili na kategorie Sondy mimo POS a Provozní budovy a vozidla. Tentokrát se věnujeme kategoriím Elektrická zařízení, měření a regulace a Technologické IT a TelCo.

Vlastníkům uvedených kategorií jsme se zeptali:

1. Co je cílem vaší kategorie a jak daleko jste již s vaším týmem pokročili?
2. Kdo je součástí vašeho týmu?
3. V čem vidíte základ úspěšné realizace Matrixu?
4. V jakých oblastech vidíte v rámci vaší kategorie příležitost pro zlepšení? Co by v budoucnu mělo smysl, aby se změnilo nebo dělalo jinak a lépe?
5. Jaké zkušenosti nebo poznatky, které jste získal během práce na projektu Matrix, si nejvíce ceníte a budete aplikovat v další práci?

## Na otázky nám odpovídá...

**Pavel Šilinger, vlastník kategorie Elektrická zařízení, měření a regulace**

1. Cílem naší kategorie je sjednotit přístup k provozování, údržbě a opravám elektrozařízení a zařízení MaR. Velký důraz je kladen na konsolidaci při výběru dodavatelů a zhotovitelů napříč všemi provozy, respektive na dosažení optimální ceny v souladu s požadovanou kvalitou materiálu, oprav nebo služeb pomocí dobře nastavených tendrů (spolupráce s od-



Pavel Šilinger

dělením nákupu). V neposlední řadě je cílem také vygenerovat co největší úspory porovnáním nákladů na provozování zařízení interní nebo externí údržbou.

2. Jsou to kolegové z ostatních provozů – Stanislav Čechák (Lobodice), Zdeněk Darmovzal (Tvrdonice), Ivo Kovář (Štrambersk), Stanislav Podlešák (Háje), Tomáš Zwardoň (Třanovice). Úzce jsme spolupracovali také s Petrou Kijovskou (Accenture) a s oddělením nákupu (Vít Hanák, Olga Barotková).
3. Pravidla byla nastavena a nyní je na každém členu týmu, aby si pohlídal, zda se v příslušné lokalitě dodržují (obdobně to platí ve všech kategoriích). Myslím si, že by tento a podobné projekty neměly být pouze honbou za co největšími úsporami, ale měly by sloužit k přiměřené optimalizaci, abychom v budoucnu neplatili za něco dvakrát díky nastavené nereálné ceně nebo špatné kvalitě.
4. Velký kus práce nás ještě čeká v oblasti tvorby technických standardů a nastavení pravidel pro využívání těchto standardů při nákupu a opravách zařízení dané kategorie. Tyto technické standardy by se měly implementovat i do investičních akcí, protože to je oblast, kde jsou nezanedbatelné finanční toky, a tudíž dodržování standardů by přineslo nemalé úspory nákladů. Jenom pro uvedení konkrétního příkladu: podívali jsme se na požadované standardy kalibrace měřících zařízení. Metrologický řád nám umožňuje prodloužení kalibračních lhůt, měřiče tedy není nutné tak často

a dlouze kalibrovat. Tak snížíme náklady na interní a externí kalibraci.

5. Jelikož dosud byl systém řízení na provezech striktně vertikální, neměl jsem přehled o nákladovosti údržby na ostatních provezech při vykonávání stejných činností. Díky projektu Matrix a horizontálnímu řízení jsem nyní schopen porovnat výši nákladů na stejné nebo podobné činnosti na ostatních provezech a obvinil ji v případě, že neodpovídají realitě. Přínosem pro mne je rovněž možnost seznámit se s různou technologií na provezech RWE Gas Storage.

**Petr Suldovský, vlastník kategorie Technologické IT a TelCo**

1. Naším cílem je samozřejmě také snížit náklady. Vzhledem k blízkému se konci doby životnosti řídicích systémů (ŘS) na některých provezech PZP a k nutnosti jejich rekonstrukce se bude jednat hlavně o náklady investiční. V praxi to bude znamenat změnu organizace řízení investičních projektů a větší spolupráci s kolegy z útvaru Asset development. Již v minulém roce jsme začali budovat tým složený ze specialistů řídicích systémů, který se bude podílet na přípravě technických podkladů a bude podporovat investiční projekty modernizace řídicích systémů v RWE Gas Storage. Další oblastí je proces údržby řídicích systémů a sledování reálných provozních nákladů. V současné době proto pracujeme na sjednocení plánů údržby ŘS na všech provezech PZP.



Petr Suldovský

2. Naš tým tvoří především specialisté řídicích systémů na jednotlivých provezech PZP. Na rozdíl od týmů ostatních kategorií, které jsou vedeny konzultanty ze společnosti Accenture, je náš tým složen výhradně ze zaměstnanců RWE Gas Storage. Konzultanta společnosti Accenture nahradil kolega Jan Štědronský z oddělení financí RWE Gas Storage, což lze považovat rovněž za úsporu.
3. Naši hlavní ambicí je uspořádat strukturu kategorie tak, aby odpovídala struktuře technických zařízení, a zpracovat popis vazeb na příslušné účetní a controllingové atributy v modulech systému SAP. Kolega Štědronský věnoval přípravě této struktury hodně času. Shodli jsme se na tom, že je to nezbytný prostředek pro přípravu finančních plánů kategorie a sledování skutečného čerpání nákladů. Tento model by nám měl umožnit automatizované zpracování výstupních reportů ze systému SAP.
4. Jako konkrétní příklad uvedu sjednocení kontroly přepětových ochran. Nastavili jsme teď pravidla pro jejich kontroly a údržbu. Kontroly budeme v první fázi provádět pouze statickou metodou v rámci interní údržby stejně na všech provezech. Velká práce nás čeká na vytvoření technických standardů pro řídicí systémy, které jsou důležité zejména pro jejich budoucí inovace.

5. Pro mě Matrix znamená nové zkušenosti, především hlubší vhléd do procesů controllingu, který jako vlastník kategorie v budoucnu využiji.

Lucia Slezáková



## Jak jsou spokojeni naši zákazníci s procesem připojení k distribuční soustavě

V loňském roce jsme realizovali průzkum spokojenosti našich zákazníků s procesem připojení k distribuční soustavě. Cílem nebylo jen zjistit celkovou úroveň spokojenosti zákazníků s připojováním, ale především identifikovat oblasti pro další zlepšování.

Cílovou skupinu, na kterou byl výzkum zaměřen, tvořili zákazníci z kategorie domácností, respektive pouze ti zákazníci, kteří v období maximálně do tří měsíců (resp. v jedné variantě procesu 6 měsíců) před realizací průzkumu navštívili osobně Zákaznické centrum RWE z důvodu připojení nového odběrného místa, změny konečného zákazníka nebo z důvodu znovupřipojení, a svůj proces úspěšně uzavřeli. Další podmínkou bylo, aby oslovení měli jako dodavatele plynu obchodníka RWE. A jaké jsou tedy výsledky?

### Změna zákazníka na odběrném místě, tzv. přepis

Procesem přepisu zákazník prochází v případech, kdy si pronajímá nebo kupuje nemovitost, kde je již umístěn plynoměr a probíhá zde dodávka plynu.

Celkově jsou zákazníci s průběhem procesu spokojeni, ale považují ho za časově náročný. Postoj zákazníků k procesu ve značné míře ovlivňuje skutečnost, zda podstupují přepis poprvé či zda je to pro ně již opakovaná zkušenost. Pozitivně hodnotili především kvalifikované a ochotné zaměstnance ze zákaznických center, kteří jim pomohli s vyplněním

žádosti. Klíčovou negativní zkušeností je nekompletnost či rozdílnost v podání vstupních informací ze strany call centra oproti informacím získaným ze zákaznických center. Dalším důvodem nespokojenosti je špatná orientace na webových stránkách RWE a snížení počtu zákaznických center.

Ačkoli většina dotazovaných preferovala pro vyřešení svého požadavku návštěvu zákaznického centra, část zákazníků by uvítala možnost vyřízení bez návštěvy pobočky (online, call centrum). Zde se nabízí možnost pro zlepšení propagace, neboť tyto služby mohou již v současné době zákazníci využívat. V případě telefonátu na infolinku by zákazníci uvítali zaslání shrnutí odpovědí na svůj dotaz do e-mailu.

### Znovupřipojení

Tato situace nastává v případech, že provozovaná přípojka plynu byla odpojena (byl demontován plynoměr) a zákazník chce znovu odebrat plyn - například po rekonstrukci odběrného místa, při připojení nového zákazníka na odpojenou přípojku, po neoprávněném odběru plynu nebo z důvodu delšího pobytu mimo odběrné místo. Zákazník si musí na vlastní náklady zajistit provozní revizi. Celková spokojenost s procesem je poměrně vysoká, ačkoli i v tomto případě je časová náročnost hlavním faktorem, který hodnocení snižuje. Postoje zákazníků se liší v závislosti na důvodu znovupřipojení. Zcela pochopitelně především u zákazník

ků po neoprávněném odběru plynu jsou spíše negativní. Jednoznačně nejvíce využívaným zdrojem informací je zákaznické centrum, jehož profesionální a vstřícní pracovníci jsou hlavními pozitivními ukazateli tohoto procesu. Téměř bezvýhradně jsou zákazníci spokojeni s fází montáže plynoměru, kde oceňují dodržení domluveného termínu. Zákazníci si nejvíce stěžovali na komunikační náročnost, která často vede ke zbytečným nedorozuměním. Negativně vnímají i čekací lhůtu na montáž plynoměru a nemožnost úhrady dluhu v zákaznických centrech.

Zákazníci by uvítali možnost vyřízení záležitosti online nebo prostřednictvím infolinky a zkrácení doby čekání na připojení. Návrhy na vylepšení procesu spočívají především v účinné oboustranné komunikaci vedoucí k prevenci odpojení. Důležitější a srozumitelnější výzvy s upozorněním na hrozící odpojení a zároveň častější využívání elektronické a telefonické komunikace by proces také prospělo, stejně jako nabízení možnosti objednání schůzky a úhrady dluhu v hotovosti v zákaznickém centru.

### Připojení nového odběrného místa (přípojka již existuje)

Tento proces představuje připojení nově plynifikovaného odběrného místa k distribuční síti, to je v případě, že přípojka byla vybudována již dříve, ale odběrné místo na ni nebylo nikdy napojeno. Zákazník si musí na vlastní náklady vybudovat OPZ a zajistit provozní revizi.

Ačkoli i v tomto procesu zákazníci značně vnímají časovou náročnost, celková spokojenost je opět velmi vysoká. Fáze podání žádosti o připojení je hodnocena velmi pozitivně, pouze parametr dostupnosti zákaznického centra má záporný vliv na celkové vnímání procesu. Zákazníci zde očekávají především poskytnutí správných informací na jednom místě a ve srozumitelné formě. Třetina z nich by uvítala online řešení svého požadavku.

I v tomto procesu byla negativně hodnocena úroveň poskytovaných vstupních informací, které se lišily v závislosti na zdroji (internet - zákaznické centrum - call centrum). Zákazníci nebyli spokojeni ani s webovými stránkami - zdají se jim velice náročné na orientaci. A v neposlední řadě se často objevovala výtka k nutnosti opakované návštěvy zákaznického centra. Pozitivně hodnotili možnost stažení formulářů na webu a objednání termínu schůzky na pobočce, ochotu a pomoc zaměstnanců zákaznických kanceláří a dodržení termínu montáže plynoměru.

Pro lepší orientaci v procesu a snadnější porozumění terminologii, názvům smluv a žádostí by zákazníci zároveň na začátku procesu ocenili obdržení přehledného seznamu jednotlivých kroků společně s doporučením míst, kde mohou co získat a zařídít. Seznam by měl být krátký a srozumitelný lidem bez technického vzdělání. Mezi návrhy na zlepšení služeb byla často uváděna možnost provedení revize OPZ přímo montérem plynoměru a zároveň při online vyplňování žádosti postrádat možnost průběžného ukládání již vyplněných informací.

### Připojení nového odběrného místa (je potřeba vybudovat přípojku)

Realizace tohoto způsobu připojení je pro zákazníka nejvíce náročná a komplikovaná. Na vlastní náklady si musí obstarat projektovou dokumentaci, stavební povolení a vyřídít všechny majetkové záležitosti (věcná břemena, odkup PZ). Následně si musí zajistit výstavbu přípojky, revizní zprávu a kolaudaci. Celý proces trvá několik měsíců.

Celkové hodnocení procesu je dobré, ale proces je vnímán jako výrazně náročný z obsahového i časového hlediska. Většina zákazníků zde oproti ostatním procesům častěji zaznamenala negativní zkušenost. Vnímání procesu velmi ovlivňuje míra pomoci projektantů nebo technických partnerů. Zákazníci, kteří si vše zajišťují sami, vnímají postupy jako velmi složité. Tuto náročnost vnímají i zákazníci využívající technickou pomoc profesionálů, ale díky jejich pomoci jsou s průběhem procesu více spokojeni.

Preferovaným informačním zdrojem je jednoznačně zákaznické centrum.

Práce a pomoc personálu zákaznických center je hodnocena kladně, stejně tak i práce projektantů a realizačních firem. Ovšem pojem „technický partner“ není zákazníkům příliš známý a nevědomují si ani rozsah jimi poskytovaných služeb spojených s realizací připojení. Hlavním negativním faktorem procesu je přílišná složitost (včetně jeho administrativní části) a špatná orientace v postupech.

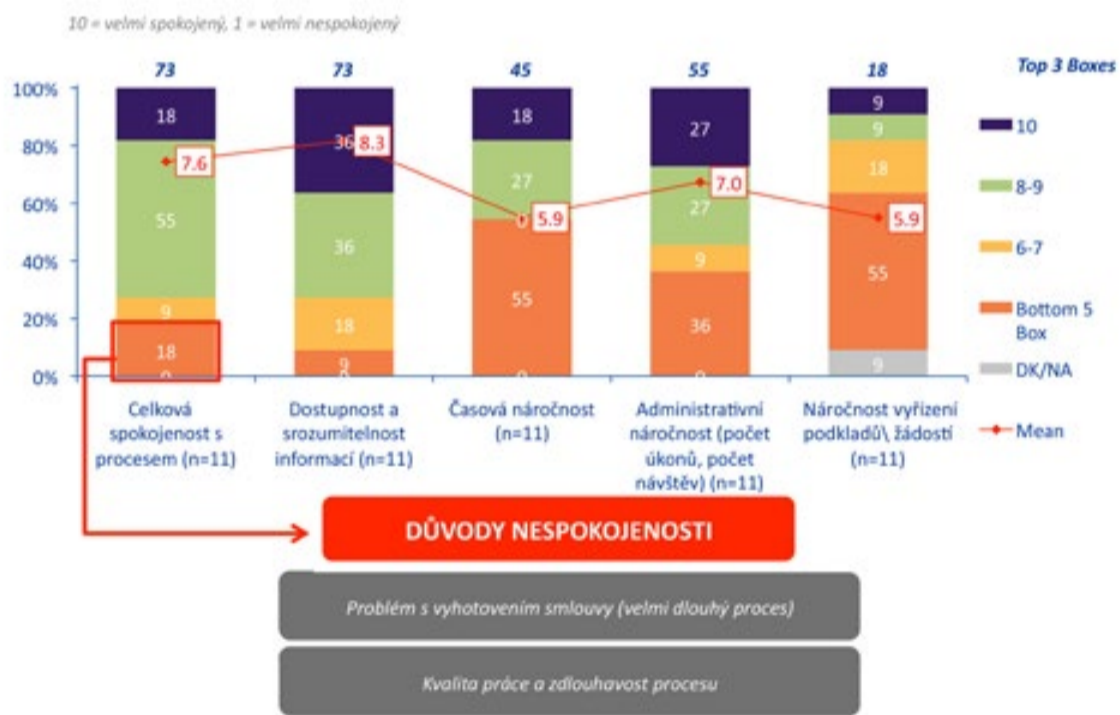
Klienti by uvítali komplexní odbornou pomoc pro řešení tohoto procesu, kterou považují za nezbytnou. Ocenili by vytvoření procesního manuálu, který by měl být krátký a srozumitelný, a měl by obsahovat postupy a seznamy všech nezbytných dokumentů. Uvítali by i částečné právní poradenství a častější elektronickou komunikaci, která by snížila počet nutných návštěv. Prostor ke zlepšení je i v oblasti propagace služeb technických partnerů, kteří nabízejí možnost převzít část/celý proces a vyřídít jej za zákazníka. A co říci na závěr?

Výsledky marketingového výzkumu jednoznačně ukázaly, že zákazníci vnímají RWE jako jeden celek. Celková spokojenost s poskytovanými službami je relativně na vysoké úrovni, i když ve všech procesech se projevuje nespokojenost z důvodu časové náročnosti. Zákazníci pozitivně hodnotili především vstřícnost a pomoc personálu v zákaznických centrech, možnost objednání termínu schůzky, možnost stažení formulářů na webu a dodržení času montáže plynoměru. Ti, kteří využili služeb technických partnerů, oceňovali vysoký standard jejich práce. Pouze u procesu připojování nového odběrného místa, kdy je nutné budovat přípojku či plynovod, dosahovaly všechny sledované ukazatele výrazně nižších hodnot, a tudíž se v největší míře podílely na stanovení hlavních negativních faktorů. Mezi ně patří především časová a administrativní náročnost, absence manuálu o průběhu jednotlivých procesů a potřebné dokumentaci, nekompletní či nesprávné poskytování informací a špatná orientace na webových stránkách.

V současné době se snažíme závěry a doporučení z marketingového výzkumu promítnout do praxe. V prvním kole jsme se zaměřili na to, abychom zlepšili úroveň informací a manuálů pro žadatele o připojení. V současné době jsou manuály hotové po obsahové stránce a probíhají práce na jejich designu. Zároveň jsme připravili potřebné změny na webových stránkách (www.rwe-distribuce.cz), k jejichž úpravě dojde v dohledné době.

Milada Hošková,  
Hana Štovičková

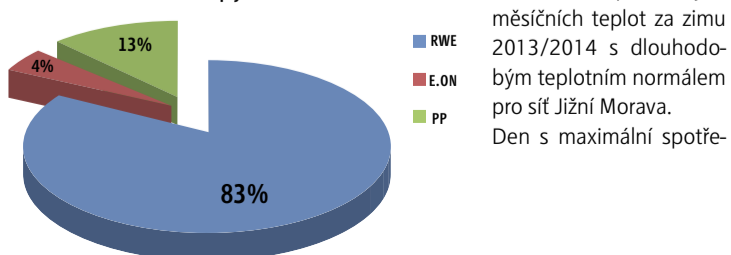
### Celkové hodnocení procesu zřízení nového OM (dlouhá varianta)



## Distribuce zemního plynu: zima 2013/2014

Vzhledem ke klimatickým podmínkám v období zimy 2013/2014 byla distribuce zemního plynu nejnižší za poslední sledovaná období. Průměrné měsíční teploty, které ve všech oblastech distribuce zemního plynu RWE dosáhly svého desetiletého maxima, se podepsaly na relativně nízké spotřebě zemního plynu. Nejvíce „postížený“ byly oblasti s vysokým podílem spotřeb otopového charakteru jako například jižní Morava, kde se průměrné měsíční teploty pohybovaly nad bodem mrazu po celé zimní období.

Distribuce zemního plynu v ČR dne 27. 1. 2014



Pro ilustraci uvádím porovnání průměrných měsíčních teplot za zimu 2013/2014 s dlouhodobým teplotním normálem pro síť Jižní Morava. Den s maximální spotře-

bou byl v pondělí 27. ledna 2014, kdy distribuce v RWE dosáhla výše 36 778 680 m<sup>3</sup>, při průměrné teplotě -9,3 °C. Jednalo se o jediný týden, kdy průměrné teploty za celou zimu 2013/2014 klesly pod bod mrazu.

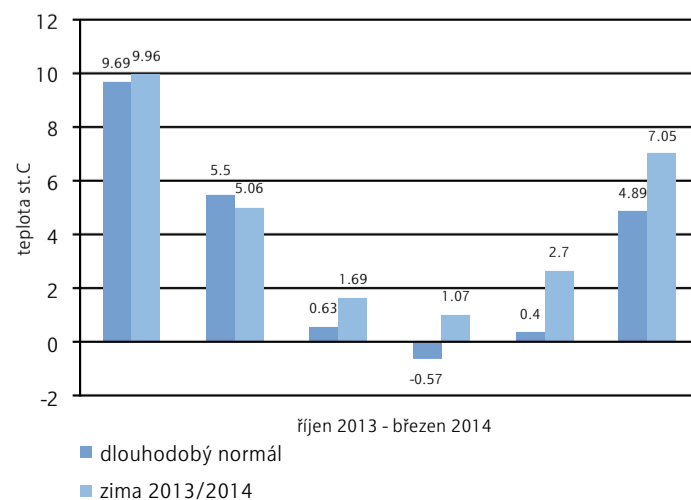
Distribuce zemního plynu v celé České republice dosáhla v tento den maxima 44 468 778 m<sup>3</sup>. RWE je s celkovým podílem 82,7% na distribuci zemního plynu stále nejvýznamnějším dodavatelem a distributorem zemního plynu v ČR.

Pokles distribuce zemního plynu v jednotlivých měsících je z dlouhodobého pohledu v přímé souvislosti s klimatickými podmínkami, kdy s výjimkou chladné a dlouhé zimy v roce 2011/2012 má distribuce zemního plynu klesající tendenci.

Podíl jednotlivých distribučních oblastí na distribuci zemního plynu je z dlouhodobého pohledu stálý. Průmyslovější oblasti Čech a Moravy nejsou spotřebou tolik závislé na klimatických podmínkách.

Tomáš Drahovzal

Průměrné teploty v oblasti sítě JM pro dlouhodobý a měsíční průměr





# Trainee program je ve svém poločase

Přestože se Trainee program přehoupl do své druhé poloviny, stále se setkáváme s dotazy typu, o čem vlastně je, jaký je jeho smysl a co nám v RWE přináší. A tak jsme se rozhodli tyto otázky otevřít a o jejich zodpovězení požádali Eriku Vorlovou, Senior manažerku týmu HR Development & Recruitment.

*Eriko, můžete prosím přiblížit koncepci Trainee programu, co je jeho náplň a kdo je trainee?*

Trainee program je typem talentového programu, jehož cílem je vychovat si vlastní odborníky, kteří budou mít pře-

Začátkem roku 2013, kdy byla schválena koncepce Trainee programu vedením skupiny RWE v ČR, HR kontaktní osoby (HR Business Partneri a HR Generalisté) oslovily s touto koncepcí manažery. Celkem se nám sešlo devatenáct požadavků, kapacita Trainee programu je nastavena na deset účastníků.

*Jak probíhal výběr trainees? Zmínila jste, že prošli náročným výběrovým procesem.*

Principem Trainee programu je získávat ty skutečně nejlepší z řad absolventů vysokých škol a tomu odpovídala i náročnost výběrového řízení. Prvním úkolem,

pak už máme dva takové úspěchy, kdy k 1. 4. 2014 nastoupil kolega Martin Haburaj na pozici Specialist, Controlling do společnosti RWE East a ke stejnému datu kolega František Čech na pozici Specialist, Sales Portfolio Mng. do společnosti RWE Energie. Věřím, že další úspěchy tohoto typu na sebe nenechají dlouho čekat.

## Dva pohledy

O Trainee programu si spolu povídali Jindřich Švec (JŠ), Head of Individual Sales, který se rozhodl přijmout do svého týmu trainee, a trainee Alena Tvrđíková (AT).

*AT: V čem osobně vidíte přínos Trainee programu?*

JŠ: Z pohledu manažera vidím přínos Trainee programu zejména v tom, že v rámci tohoto projektu mám možnost si vybrat potenciálního člena svého týmu z řad kvalitních absolventů vysokých škol a spolu s oddělením HR pro něj sestavit optimální plán zaškolení tak, aby byl absolvent tohoto programu na jeho konci schopen lépe pochopit souvislosti činnosti jednotlivých oddělení, a tím pádem daleko efektivněji plnit budoucí náročnou pracovní požadavky. Tento ideálně nastavený proces není možné zrealizovat v situaci, kdy je potřeba v krátké době rozšířit nebo nahradit člena týmu, jelikož je v těchto případech pro zaškolení jen omezený časový prostor a navíc školení probíhá pouze v rámci oddělení, kam nový člen nastupuje.

» Výhodou je možnost sledovat výkony trainee po celou dobu zaškolovacího plánu.«

Jindřich Švec

Další nespornou výhodou je i možnost sledovat výkony trainee po celou dobu zaškolovacího plánu a ve spolupráci s oddělením HR s trainee aktivně pracovat (vyhodnocovat činnosti v daných odděleních a podávat zpětnou vazbu). V porovnání s klasikou tříměsíční zkušební lhůtou dle Zákoníku práce je navíc možné si na konci zaškolovacího programu utvořit daleko lepší představu, zda by trainee mohl být správný člen vašeho týmu.

*AT: Zaznamenal jste nějaký posun či progres vaší trainee od začátku programu?*

JŠ: Na počátku bylo patrné, že byla lehce zaskočena tím, jak jsme ji v úvodu zahltli množstvím dokumentů a naprosto nových pojmů, se kterými se musela postupně seznámit. Postupem času a s konkrétními úkoly, které dostávala na jednotlivých odděleních, bylo vidět, že její zájem dozvědět se více informací a dostávat nové úkoly roste, což hodnotím velmi pozitivně.

*AT: Kdybyste znovu dostal příležitost mít ve svém oddělení trainee, využil byste jí?*

JŠ: Rozhodně ano.

*JŠ: Co vás přimělo k tomu, přihlásit se do Trainee programu RWE?*

AT: Koncept Trainee programu, kdy se můžete na začátku svého pracovního života podívat do více oddělení ve společnosti, kam jste právě nastoupili, se mi vždy líbil, a byl proto prioritou. Přihlášení do Trainee programu RWE pro mě byla

učiněná výzva, která spočívala v překonání zdlouhavého a náročného výběrového řízení, odměnou však byla vyhlídka práce v úspěšné společnosti, táhnoucí kupředu trh s energiemi. Již tehdy mi bylo jasné, že mi Trainee program umožní uvědomit si spoustu souvislostí a především mi pomůže si uvědomit, zda je mnou zvolený obor vhodný a zda mě bude bavit.

*JŠ: Jak jste spokojená s Trainee programem?*

AT: Trainee program mě zatím v ničem nezklamal. Poskytuje mi příznivé podmínky pro můj rozvoj, stále se mohu učit novým věcem, dostávám cennou zpětnou vazbu a hlavně mám šanci se pořád zdokonalovat. Nespornou výhodou Trainee programu jsou i rotace do příbuzných oddělení, které mi dovolují nahlédnout i tam, kam bych se jinak neměla možnost podívat. Tyto rotace mi pomáhají lépe pochopit některé procesy a vidět potenciální synergie spolupráce mezi odděleními, na druhou stranu si někdy díky nim připadám tak trochu „bezprizorně“. Tento pocit je však plně vyvážen neustálým poznáváním nových, milých tváří, se kterými se zde mohu setkat, a pevně věřím, že se s nimi budu v budoucnu často potkávat.

Vyzpovídali jsme rovněž Jakuba Ludvíka (JL), Senior manažera Security & BCM, a trainee Tomáše Halbicha (TH), abychom měli srovnání, jak vnímá Trainee program manažer, do jehož týmu trainee rotuje, a trainee samotný.

» Rotace do příbuzných oddělení pomáhají lépe pochopit některé procesy.«

Alena Tvrđíková

*Mohli byste se pokusit zhodnotit přínos rotace ze svého pohledu, případně z pohledu týmu?*

JL: Dalo by se říci, že s příchodem Tomáše do týmu Security přišla zároveň celá řada neotřelých nápadů. Nicméně, toto není myšleno nijak pejorativně, ba právě naopak. Tomáš nepřišel do týmu bezpečnosti zcela bez znalostí oboru. Jeho předchozí působení v oddělení Information Management mu přeci jen umožnilo lépe porozumět oblasti informační bezpečnosti a Business Continuity Managementu (BCM), které s IT přímo souvisí. Osobně mohu každému manažerovi doporučit, aby trainees využil, jelikož i právě člověk bez detailních profesních zkušeností dokáže přinést nové perspektivy.

TH: Velkým benefitem pracovních rotací je networking, tedy získávání nových vazeb a kontaktů se zajímavými lidmi ve firmě. Tato rotace nebyla v tomto ohledu výjimkou. Jakub a jeho tým mi předali

dost postřehů a zkušeností ze své dosavadní kariéry a také jsem nabyla odborné znalosti z informační bezpečnosti a z oblasti BCM.

*Jak probíhala integrace do týmu?*

JL: Zde bych použil rčení, nové koště dobře mete, a tak Tomáš dostal ode všech v týmu hned „naloženo“. Integrace do týmu z mého pohledu probíhala hladce. Velmi dobře jsem vnímal, že Tomáš dokáže být zvědavý a přijaté informace rychle zpracovává. Pevně věřím, že toto je vlastnost všech trainees, kteří přicházejí do RWE. Kolegům v týmu po celou dobu poskytoval velkou podporu s maximálním nasazením. Tomáš měl do mé kanceláře dveře vždy otevřené a několikrát této příležitosti využil, aby se mnou prokonzultoval své nově nabyté zkušenosti z útvaru Security & BCM.

TH: V oddělení mě přijali velmi pozitivně. Po seznámení s kolegy jsem hned dostal svůj pracovní plán na celé dva měsíce a také svůj pracovní stůl. Když jsem potřeboval pro splnění úkolu součinnost kolegů nebo poradit, vždy mi vyhověli. S Jakubem jsme měli pravidelné schůzky, na kterých jsme řešili výstupy mých úkolů. Prezentoval jsem, co jsem se dozvěděl nového, a poskytoval zpětnou vazbu na práci v oddělení i na oddělení jako takové.

*Srovnáte-li vaše očekávání od Trainee programu s realitou, jak se tyto představy naplnily?*

JL: Mé očekávání bylo poměrně jasné. Dostat pohled zvenčí na procesy a činnosti vykonávané útvaru Security. Toto očekávání bylo zcela naplněno.

TH: Mezi očekávání, která se mi naplnila, patří určitě úspěšná integrace do týmu, seznámení s prací oddělení v praxi a prohloubení odborných znalostí. Na druhou stranu, když se zpětně ohlédnu, chybělo mi větší zapojení do aktivit v oblasti bezpečnosti, například jednání s dodavateli bezpečnostních technologií.

» Mé očekávání dostat pohled zvenčí bylo zcela naplněno.«

Jakub Ludvík

*Jakube, když budete mít možnost, budete chtít ve svém týmu trainee i v budoucnu?*

JL: Určitě ano. I v koncernové bezpečnosti RWE AG je spolupráce s trainees běžná. Zvláště pak pro aktivity, na které nezbyvá tolik času, avšak jsou tolik potřebné pro další rozvoj činnosti. Zároveň je skutečně k nezaplacení příležitost získat nový pohled na práci, kterou vykonáváte na denní bázi.

Denisa Holancová



Jindřich Švec a „jeho trainee“ Alena Tvrđíková

hled nejen o skupině RWE jako takové, budou znát naše procesy a metodiky, ale budou se orientovat v celé oblasti energetiky. Díky rotacím, které jsou povinnou součástí Trainee programu, tak získáváme poměrně unikátní skupinu zaměstnanců, kteří mají univerzálnější znalosti a dovednosti, a v případě potřeby mohou plynule nastoupit na pracovní pozici Specialistů a rychle tak nahradit odcházející kolegy bez nutnosti dlouhého zaškolování. Samozřejmě po úspěšně absolvovaném interním výběrovém řízení.

A kdo je trainee? Trainees jsou čerství absolventi vysokých škol, kteří prošli velmi náročným výběrovým řízením a nastoupili na dobu určitou (18 měsíců) na pozici Trainee. Náleží jim mzda i zaměstnanecké benefity tak jako ostatním zaměstnancům.

Zaznělo zde, že trainees díky rotacím mohou snadněji nahradit odcházející kolegy. Nelze se nezeptat, je to pro zaměstnavatele opravdu tak výhodné? Není dostačující v tomto případě využití standardního výběrového řízení?

Na každou volnou pracovní pozici je vypsáno interní výběrové řízení. Trainees, stejně jako kdokoliv jiný ze zaměstnanců, mohou tuto příležitost využít a přihlásit se. U trainees jsou klíčové znalosti, které si během Trainee programu a rotací osvojili, v tom je výhoda oproti obsazení pracovní pozice externím uchazečem. Hledání kvalitních kandidátů je časově náročné a novému zaměstnanci je třeba se v jeho začátcích ve společnosti intenzivně věnovat, což stojí čas a tím pádem i peníze. Z pohledu manažera je tedy výhodné získat zaměstnance již se znalostí firmy a navíc v podstatě téměř ihned.

*Bez zájmu a podpory z řad manažerů by Trainee program těžko vznikl. Můžete nám přiblížit, jaká byla „poptávka“ po trainees před zahájením Trainee programu?*

kteří museli uchazeči splnit a prokázat tak svůj zájem o náš obor, bylo vytvoření prezentace na téma „Energie a já“ v anglickém jazyce. Prezentaci museli zaslat spolu se svým životopisem a motivačním dopisem. Pak následoval telefonický rozhovor, jehož součástí byly i otázky odborného charakteru, a část rozhovoru byla vedena v anglickém jazyce. Po telefonickém rozhovoru následovaly výkonné testy (např. na analytické či numerické myšlení) a osobnostní dotazník. Ti úspěšní pak postoupili do Assessment centra, po kterém následoval ještě individuální rozhovor s manažerem a příslušným HR Business Partnerem.

*Jednoduché to tedy rozhodně neměli...*

Samozřejmě, že ne. Trainee program je náročný z hlediska investic. Nehovořím nyní o financích, ale o časové dotaci všech zúčastněných, kterou trainees od svých manažerů a mentorů získávají. Je tedy jasné, že vysoké nároky na trainees máme i nyní v rámci programu. Mimo svou běžnou pracovní náplň v domovském útvaru a rotačních útvarech pracují trainees na projektech a aktivitách, které budou v závěru programu prezentovat, a o jejichž výstupy se s vámi rádi podělíme.

*Co je to rotační útvar?*

Jedná se o organizační jednotku, tým, kam trainee v rámci programu zavítá. Rotace se pohybuje v délce od jednoho do tří měsíců. Délku a rotační útvar jsme si na počátku nadefinovali s manažerem, u kterého trainee působí. Vždy jsme rotaci komunikovali předem a podmínkou byl souhlas všech zúčastněných.

*Na závěr se chci zeptat, zda Trainee program (i když je teprve ve své polovině) má za sebou nějaké dílčí úspěchy.*

Ano, má. Beru-li jako jeden z pilířů programu skutečnost, že účastníci Trainee programu najdou uplatnění v rámci RWE,

Tomáš Halbich probírá nově nabyté zkušenosti s Jakubem Ludvíkem.





# Ekonomické chování řidičů v RWE

## Pokračování ze strany 1

RWE aktuálně motivuje řidiče služebních vozidel k efektivnímu způsobu jízdy a úspornému tankování pohonných hmot. Můžete prozradit podrobnosti? Především chceme, aby se lidé nad tímto tématem vůbec zamysleli. Naše kampaň je primárně zacílena na zaměstnance, kteří využívají služební vozidla. Možnosti, jak uspořit peníze za benzín či naftu, ale zajímají většinu řidičů. Celkové náklady za pohonné hmoty ve skupině RWE činí cca 78 milionů korun ročně. Rozumné chování každého řidiče je důležitým krokem k jejich snížení.

### Co jste si pro řidiče z RWE připravili?

Chceme jim přiblížit možnosti, jak lze na provozu služebních aut ušetřit i přesto, že netankují za své. Nejde totiž pouze o náklady RWE, budou-li se chovat ekonomicky a ušetří peníze za soukromě ujeté kilometry, ovlivní i svoji výplatu. Formou plakátů je seznámíme s pravidly úsporné jízdy, připravili jsme soutěž na intranetu o zajímavé ceny i drobné dárky, které mají upoutat pozornost.



„Budoucnost je v alternativních palivech“, tvrdí Tomáš Pavlík.

### Kde především je možné hledat úspory?

Služebních vozidel je ve skupině RWE téměř dva tisíce. Jsou rozdělena do několika skupin dle typu použití. Dlouhodobě u nich sledujeme mnohé ukazatele. Vyhodnocujeme a porovnáváme například data, která se týkají nákladů na leasing, pojištění, opravy anebo půjčování. A samozřejmě průměrné počty najetých kilometrů za měsíc, spotřebu paliva v návaznosti na počet ujetých kilometrů či rozdíl mezi skutečnou spotřebou a výrobcem deklarovanou průměrnou spotřebou pohonných hmot.

Pro lepší představu, jedno služební auto ve skupině ujezdí v průměru 1 200 kilometrů za měsíc. Máme ale i vozidla, která měsíčně „nenajedou“ ani 500 kilometrů. Oblast spotřeby pohonných hmot sledujeme velmi pozorně a zcela určitě bychom zde našli rezervy. Téměř 30 procent řidičů má vyšší průměrnou spotřebu, než uvádí norma auta, které používají.

### Jaká pravidla musí řidič služebního vozidla dodržovat při tankování pohonných hmot?

Máme vypracovaný systém pro správu služebních vozidel, který je pro všechny řidiče závazný. Mimo to jsou všichni řidiči povinni chovat se ekonomicky. V praxi to znamená, že by měli mít před naplánovanou

jízdu jasno, v jakém místě a u které čerpací stanice budou tankovat. Přednost by automaticky měla mít ta, se kterou má RWE uzavřen smluvní vztah. Rozhodně by se všichni měli vyhnout drahým čerpacím stanicím, jež jsou zejména na dálnicích, a netankovat takzvaná prémiová paliva. Stejně tak platí, že by měli jezdit úsporně, praktikovat defenzivní způsob jízdy, nepřekračovat povolenou rychlost. Právě o tom jsou pravidla Car Policy, na která chceme v kampani upozornit.

Zmínil jste prémiová paliva. Jejich výrobci je označují za paliva budoucnosti, která zvyšují výkon motoru a zlepšují jeho chod. Tvrdí, že jsou úsporná, ekologická a vzhledem k méně častým opravám také ekonomická, přestože jsou dražší než ta obyčejná...

Budoucnost bych rozhodně neviděl v prémiových palivech. Prémiová paliva jsou jen pozlátkem běžných paliv. Dokazují to i mnohé studie. Například prémiová nafta má ve srovnání s běžnými naftami takřka minimální vliv na výkon motoru. Tvrzení výrobců je proto přinejmenším velmi diskutabilní. RWE tankování prémiových paliv přímo zakazuje.

### V čem je tedy budoucnost?

Zcela určitě v alternativních palivech, jen je to otázkou času. V RWE nakupujeme v určitých segmentech pouze vozidla na CNG. Již nyní má RWE 129

## DESATERO ÚSPORNÉHO ŘIDIČE

1. Vybírejte si, kde natankujete. Asi těžko najdete dražší palivo než v Praze na jižní spojnici nebo na D1.
2. Jezděte plynule. Předvídejte, abyste nemuseli jezdit způsobem brzda-plyn.
3. Používejte motor k brzdění. Často stačí jen sundat nohu z plynu, nemusíte hned zařazovat volnoběh a brzdit.
4. Vyhýbejte se kolonám. Nejkratší cesta nemusí být nutně nejlepší.
5. Plánujte si cestu dopředu. Při jedné jízdě můžete zařídít více věcí najednou.
6. Udržujte vůz v dobrém technickém stavu. Mějte vždy správně nahuštěné pneumatiky.
7. Odstraňte zbytečné věci. Kufr auta není pojízdné skladiště a každý kilogram navíc je znát.
8. Dodržujte rychlostní limity. Na spotřebě se projeví, když po dálnici jedete rychlostí 130 km/hod nebo 160 km/hod.
9. Nezávoďte na semaforech. Rozjíždějte se plynule a motor zbytečně nevytáčejte nad 3000 otáček za minutu.
10. Vypínejte motor. Když déle stojíte nebo na někoho čekáte.

## CNG V ČÍSLECH

- 19 873 000 CNG vozidel jezdilo v únoru 2014 na světě.
- 1 848 550 CNG vozidel jezdilo v únoru 2014 v Evropě.
- 3 250 CNG vozidel jezdilo v ČR v roce 2011.
- 7 000 vozů na CNG v ČR se očekává na konci roku 2014.
- 4 191 to je počet CNG stanic v Evropě v únoru 2014.
- 52 stanic na CNG je nyní v ČR, jejich počet by měl rychle růst.
- na 90 haléřů za kilometr vyjde provoz CNG verze Volkswagen Golf Variant.
- na 70 – 80 haléřů za kilometr vyjde provoz CNG verze Škody Citigo.

takových vozidel a v naší flotile patří k nejušpornějším. Například Škoda Auto rozvíjí výrobu modelu Škoda Octavia G-TEC na pohon CNG, nemáme proto důvod nenakupovat pro vozový park RWE v České republice vozidla na CNG. V tomto trendu chceme pokračovat a jít příkladem ostatním společnostem. Dalším alternativním palivem je elektřina. Skupina RWE vlastní dva elektromobily, ale tady bude ještě nějakou dobu trvat, než se rozšíří síť nabíjecích stanic.

### Ale i u CNG řidiče odrazuje právě omezená síť čerpacích stanic. Co s tím?

V současné době je otevřeno pro veřejnost 52 plnicích stanic CNG. Jejich výstavba je bohužel pomalejší, než

bychom si představovali, protože celý proces brzdy legislativa. V následujících letech by se to ale podle všech odhadů mělo změnit. CNG plnicí stanice budou přibývat po desítkách ročně, v roce 2020 je cíl 300 plnicích stanic v ČR. Hlavním trumfem pro CNG v dopravě je cena, která je poloviční oproti benzinu. Do roku 2020 se proto v Evropě počítá s náhradou dvaceti procent klasických pohonných hmot alternativními palivy. Z toho polovinu, by měla tvořit právě doprava na CNG. To představuje 23,5 milionu vozidel na stlačený zemní plyn v Evropě v roce 2020.

(red)



## Dovolali jste se na HR linku 989 33 44

Vy se ptáte, HR linka odpovídá

V uplynulém období byly dotazy, se kterými jste se na nás obraceli, velmi pestré, proto jsme tentokrát vybrali po jedné odpovědi na nejčastější otázku z každé oblasti HR linky - z personalistiky, vzdělávání a oblasti benefitů.

Jak můžu získat od zaměstnavatele potvrzení o zaměstnání nebo potvrzení o příjmu?

Pokud máte přístup do HR portálu, můžete o potvrzení požádat elektronicky. Po přihlášení do HR portálu zvolte záložku: Zaměstnanec > HR agendy > Vlastní data > Žádost o potvrzení.

Dále stačí označit, zda si přejete zaslat potvrzení o zaměstnání nebo

potvrzení o příjmu. Pokud nemáte přístup na HR portál, můžete o potvrzení požádat prostřednictvím HR Linky (597 013 344, nebo e-mailem: [hrlinka@rwe.cz](mailto:hrlinka@rwe.cz)).

Potvrzení vám vystavíme a obratem zašleme na adresu vašeho trvalého pobytu. Vzhledem k ochraně osobních údajů nelze tato potvrzení zasílat formou „skenu“ do e-mailové schránky zaměstnance.

Dostal jsem přiřazen aktualizovanou verzi e-learningových kurzů Ochrana osobních údajů / Ochrana životního prostředí a po prostudování se mi nedáří kurzy úspěšně dokončit. Jak mám postupovat? Je stanoven termín, kdy je

### třeba kurzy absolvovat?

Pro úspěšné absolvování stačí u obou kurzů prostudovat pouze teorii. Jestliže však nemáte z minulosti dokončený test, je třeba absolvovat teorii i test.

V kurzu se pohybujte pomocí šipek v pravém horním rohu. Jakmile se při studiu kurzu dostanete na poslední stránku, zavřete okno za pomocí „X“ (křížku), který je umístěn vedle šipek, jejichž pomocí jste se v teorii pohybovali. Tímto krokem celý kurz úspěšně dokončíte. Termín absolvování zde není určen konkrétním datem, ale obecně byste měl tyto e-learningové kurzy absolvovat co nejdříve, jakmile obdržíte informaci o jejich přidělení.

### Kolik bodů z RWE

Benefitního programu mohou vyčerpat na volnočasové benefity?

Na volnočasové benefity (poukázky a karty, cestování, ubytování, sport, kultura, wellness, optika a zdravotní péče, benefit na fakturu) můžete vyčerpat ročně maximálně 15 000 Kč (zaměstnanec se statutem OZP max. 18 000 Kč). Další body můžete čerpat pouze na finanční benefity nebo na jazykovou výuku. Body jsou v RWE Benefitním Portálu přednostně přidělovány do volnočasové kategorie.

Body z kategorie jazyková výuka nelze převádět na volnočasové benefity.

Roční limit pro čerpání bodů na finanční benefity a na jazykovou výuku je 27 000,- Kč (zaměstnanec se statutem OZP max. 30 000 Kč). Měsíční limit na finanční benefity je 2 250 Kč (zaměstnanec se statutem OZP max. 2 500 Kč). Na jazykové a volnočasové benefity měsíční limit není určen.

Těšíme se na další dotazy  
Vaše Centrum personálních služeb.





