

Jak współpracować z operatorami GSM, aby płacić mniejsze rachunki?

# Oszczędzaj na telefonach

Rafał Reks, Sławomir Lange

Trzech operatorów, Era, Idea i Plus, zawładnęło rynkiem – podzielili się nim prawie w równych częściach i trudno się dziwić, że nie chcą dopuścić na ten rynek żadnej konkurencji – choćby całej rzeszy operatorów wirtualnych.

**T**aka sytuacja powoduje stagnację i uśpienie rynku. Wielu klientów uważa, że oferty trzech operatorów są niemal identyczne, dlatego przy wyborze sieci kierują się przypadkową poradą czy aktualną promocją (a raczej kolejną kosztowną akcją reklamową!).

Tym samym wielu nowych klientów telefonii komórkowej nie do końca zdaje sobie sprawę z tego, że to oni mogą dyktować warunki sieciom. Jakże? To zależy od potencjału firmy czyli liczby kupowanych aktywacji.

## DUŻY MOŻE WIĘCEJ

W nieformalnym podziale stosowanym przez operatorów mamy do czynienia z klientami małymi od 1 do 20 aktywacji, klientami średnimi od 20 do 100 aktywacji i klientami dużymi od 100 aktywacji. Podział ten jest o tyle ważny, że tak naprawdę to w oparciu o niego klient kwalifikowany jest przez operatora do określonej grupy, także w tej bardzo ważnej kwestii, jaką jest obsługa klienta.

I tak np. w sieci Era – klienci do 20 aktywacji obsługiwani są przez zwykłą infolinię, klienci powyżej 20 aktywacji będą obsługiwani przez Biuro Obsługi Klienta Biznesowego i jej dedykowanego pracownika. W sieci Idea tylko wyjątkowo dla dużych klientów powyżej 100 aktywacji lub przy dużych rachunkach około 50 tys. zł miesięcznie można uzyskać obsługę klien-

ta przez pracowników dedykowanych. W sieci Plus pracownicy dedykowani mogą zostać przeznaczeni do obsługi firmy od około 50 aktywacji – zazwyczaj jest to dwóch pracowników zapewniających pełny dostęp do pomocy.

Dużym klientom, wymagającym specjalistycznej wiedzy technologicznej, każdy z operatorów jest w stanie zapewnić do-

**Rozmowy z operatorem i negocjacje, to w głównej mierze umiejętność motywowanie przedstawiciela handlowego operatora – im więcej argumentów dostarczymy, tym lepsze warunki będzie on w stanie wywalczyć**

datkową osobę do obsługi, którą w skrócie można nazwać inżynierem sprzedaży.

## IDZIEMY NA WSPÓŁPRACĘ?

Samą współpracę z operatorem GSM można podzielić na kilka etapów. Pierwszy etap to pozyskanie ofert na usługi te-

lekomunikacyjne i ich analiza pod względem naszych potrzeb i oczekiwań. Oczywiście mówimy tu o przypadku, kiedy o wyborze oferty handlowej konkretnego operatora decydować będzie tylko i wyłącznie jej atrakcyjność, a nie względy polityczne firmy. Jeżeli bowiem np. firma X jest firmą usługową i chce świadczyć swoje usługi któremuś z operatorów GSM, może bardzo często usłyszeć warunek, że współpraca jest możliwa, ale wtedy, gdy firma X będzie miała swoje telefony u konkretnego operatora.

Kolejne etapy nawiązywania współpracy to negocjacje i podpisanie umowy. Następnie bieżąca współpraca z operatorem, kontakty z biurem obsługi klienta z przedstawicielami handlowymi i doradcami biznesowymi i rozwiązywanie problemów i kłopotów pojawiających się w trakcie korzystania z telefonu komórkowego. Do tego należy dodać jeszcze etap renegocjacji i ewentualnego rozwiązania umowy z operatorem.

## PIERWSZE NEGOCJACJE

Tak więc przystępujemy do pierwszego etapu – pozyskujemy oferty poszczególnych operatorów. Kontaktujemy się z przedstawicielami handlowymi. I tutaj pierwszy element gry. Z kim się skontaktować: czy z handlowcem, który codziennie podpisuje umowy na setki telefonów, czy z człowiekiem, dla którego nasz kontrakt to sprawa być albo nie być w firmie? Nie

ma na to określonej recepty.

Jeżeli jesteśmy dużym klientem, mamy 100 i więcej telefonów i ściśle sprecyzowane oczekiwania, to lepiej rozmawiać z handlowcem, który ma większe możliwości, jest bardziej doświadczony, może w sposób bardziej umiejętny motywować swoich zwierzchników do ustępstw na rzecz klienta. Z drugiej strony nie zdziwimy się, jeżeli taki handlowiec napotkawszy jakieś problemy, licząc na szybki kontrakt, po kilku tygodniach po prostu sobie łopuści, mając lepsze, szybsze, bardziej lukratywne kontrakty. Z drugiej strony, kontaktując się z handlowcem o mniejszym doświadczeniu i sile przebicia, przywiązujemy go do siebie, ale mamy mniejsze szanse na dobre warunki. Wybór jest trudny, ale zawsze ma swoje konsekwencje – chodzi o to, żeby trafić w sedno. Pamiętajmy jedno – rozmowy z operatorem i negocjacje, to w głównej mierze umiejętność motywowania przedstawiciela handlowego operatora – im więcej argumentów dostarczymy, tym lepsze warunki będzie on w stanie wywalczyć.

Skontaktowaliśmy się już z właściwą osobą, mamy oferty operatorów. Musimy zastanowić się, do czego telefony będą nam służyły. Czy będziemy częściej kontaktować się z pracownikami naszej firmy, czy też z innymi abonentami? Czy większość naszych rozmówców będzie miała telefony w tej samej sieci, co my czy w innej? Będziemy raczej dzwonić, czy odbierać rozmowy? Będziemy korzystali z telefonów w ekstremalnych warunkach, np. wilgoć, temperatura itp.? Czy telefon ma być wyposażony tylko w podstawowe funkcje czy też powinien mieć jeszcze jakieś dodatkowe: radio, aparat fotograficzny, notatnik, dostęp do poczty elektronicznej itp.? Wreszcie – czy osoby dzwoniące mają predyspozycje do rozgadywania się lub do częstego, ale krótkiego telefonowania. Wszystko to jest bardzo ważne i w przyszłości może zaważyć na wysokości rachunków.

### TANIEJ W GRUPIE

Skoro mamy oferty, znamy swoje oczekiwania i potrzeby. Trzeba przeanalizować warunki handlowe. Zniżki, rabaty, upusty, warunki zakupu sprzętu, obostrzenia umowne. Oczywiście wysokość rabatów i upustów zależy w głównej mierze od tego, ile telefonów zamierzamy kupić. Tutaj też z doświadczenia możemy podpowie-

dzieć, że dobre warunki oscylujące około 0,2 zł za minutę połączenia w Biznes Grupy, a także atrakcyjne warunki rabatowe na abonamentach i innych połączeniach może uzyskać klient, który zamierza zakupić od około 50 do 100 aktywacji. Klient mający nie więcej niż 20 aktywacji, tak naprawdę jest skazany na rabaty i upusty

**Dużym klientom,  
wymagającym  
specjalistycznej  
wiedzy technologicznej,  
każdy z operatorów  
jest w stanie zapewnić  
dodatkową osobę  
do obsługi,  
którą w skrócie  
można nazwać  
inżynierem sprzedaży**

wynikające z cennika, a i to nie u wszystkich operatorów, a kwestie czegoś dodatkowego to już niezwykle trudna sprawa.

Bardzo często zdarza się, że faktyczna wartość płaconego rachunku nie interesuje przedstawiciela handlowego, z którym rozmawiamy. Jemu zależy głównie na tym, aby sprzedać jak najwięcej aktywacji. Oczywiście, w im większych taryfach, tym lepiej, ale często kwestia ta staje się drugorzędna. Jedno jest pewne – klient nigdy do końca nie będzie wiedział, czy warunki, które otrzymał, są rzeczywiście maksimum tego, co mógł otrzymać. Dla przykładu, zdarzają się oferty dla 1000 telefonów, na podstawie których podpisano umowy gorsze niż te, które inna mniejsza firma otrzymała bez jakichkolwiek negocjacji. Klient był zadowolony, cieszył się z uzyskanych rabatów, nie mając świadomości, że to, co ma, przy jego potencjale wcale nie jest czymś wyjątkowym.

### UWAŻAJ NA PUŁAPKI!

Po przeanalizowaniu ofert i negocjacjach przychodzi czas na wybór oferty. Na co zwrócić uwagę, dokonując takiego wyboru? Czym się kierować? Czego się wystrzeżać?

Okazuje się, że w umowach często czekają na nas pułapki. Dlatego warto bardzo dokładnie zapoznać się ze szczegółowymi

zapisami umowy, szczególnie, gdy dotyczy ona... promocji. Często słynny telefon za złotówkę może nas słono kosztować.

Postaramy się przyjrzeć ofertom trzech operatorów, omawiając cechy charakterystyczne dla tych ofert.

### • NOWA ERA BIZNES

Zacniemy od oferty sieci Era GSM. Aktualna oferta biznesowa tej firmy to Nowa Era Biznes. Nie będziemy tutaj mówili o standardach cennikowych tej i innych ofert, a skupimy się jedynie na rzeczach, na które trzeba zwrócić uwagę, podpisując czy to tzw. umowę ramową z klientem kluczowym, czy w ramach tej oferty poszczególne umowy na poszczególne telefony.

Po pierwsze, jeżeli PTC przyznaje państwu oprócz stałego upustu od abonamentu specjalny okres rabatowy, np. przez pierwsze 12 miesięcy udzielony został państwu rabat 50 proc. na abonament, a przez cały okres umowy rabat stały wynosi 10 proc., to rabaty te sumują się.

Sumują się, ale w bardzo specyficzny sposób. I tak np., jeżeli mamy abonament Biznes 240, którego cennikowa wartość wynosi 194 zł, to przez pierwsze 12 miesięcy zapłacimy 194 zł minus 50 proc. upustu za specjalny okres promocyjny, czyli 97 zł; a od tej sumy dostaniemy jeszcze 10 proc. za rabat wynikający z umowy, co daje 87,3 zł. Jest to niewątpliwie plus oferty PTC niewystępujący u innych operatorów.

**Bardzo ważne  
we współpracy  
z operatorem  
jest ściśle określenie  
osób uprawnionych  
do kontaktów  
z operatorem**

A jakie są minusy aktualnej biznesowej oferty handlowej Ery?

Po pierwsze wszystkie promocyjne połączenia, czy to w sieci korporacyjnej niż między telefonami służbowymi, czy np. rozmowy z jednym numerem telefonu za 1 grosz pomniejszają pakiet minut darmowych przyznanych abonamentem.

Co to oznacza? Jeżeli np. z numerem telefonu 600 222 333 mamy połączenia

za 1 grosz, a korzystamy z abonamentu Biznes 240, to dopiero po wykorzystaniu minut abonamentowych rozmowy z tym numerem taryfikowane będą za 1 grosz. W tym wypadku rozmowy za jeden grosz pomniejszają pakiet minut darmowych przyznanych przez abonament, czyli faktycznie tych najdroższych minut w taryfie, z której korzystamy. Jest to naszym zdaniem bardzo niewygodne rozwiązanie z punktu widzenia doboru abonamentów i usług dodatkowych, a także – jak wynika z analiz – jest to rozwiązanie, które powoduje często znaczne straty finansowe.

Na co trzeba jeszcze zwrócić uwagę – otóż rabaty przyznawane przez Era GSM pojawiają się dopiero na fakturze za okres rozliczeniowy następujący po pierwszym pełnym okresie rozliczeniowym. Co to oznacza? Jeżeli nasz okres rozliczeniowy kończy się 28 dnia każdego miesiąca, a rabaty zostaną nam przyznane w dniu 15 stycznia, to do 28 stycznia trwa niepełny okres rozliczeniowy. Od 28 stycznia do 28 lutego trwa pierwszy pełny okres rozliczeniowy. A rabat zostanie uwidoczniowany dopiero na fakturze z dnia 28 marca – trzeba się uzbroić w cierpliwość.

Poza tym Era jako jedyna oferuje klientom tylko jednomiesięczne przechodzenie niewykorzystanych minut. Tzn. jeżeli w jednym miesiącu nie wykorzystamy minut darmowych przyznanych przez abonament, to możemy je wykorzystać jeszcze tylko w przyszłym miesiącu i to tylko wtedy, kiedy w przyszłym miesiącu wykorzystamy pakiet minut darmowych przyznanych przez abonament w tym miesiącu.

Jest jeszcze jedna niewygodna rzecz w usługach Ery – jeżeli chcemy skorzystać z usługi sieć korporacyjna, to niestety, aby móc wykonywać połączenia, będziemy musieli wprowadzać przed każdym wybieranym numerem prefiks +48.

Co jeszcze charakteryzuje Ery – otóż jest to sieć, która dla swoich starych klientów dosyć spokojnie podchodzi do kwestii nawet jedno-, dwumiesięcznego zadłużenia. Oczywiście, nie uruchomimy wtedy określonych usług, nie kupimy lub nie wymienimy telefonów, ale w przypadku przejściowych kłopotów finansowych takie podejście operatora wydaje się bardzo dobrym rozwiązaniem.

**• IDEA DLA FIRM**

Warto podkreślić już na wstępie, że to dobra oferta dla podmiotów, które nie

**Wielu nowych klientów telefonii komórkowej nie do końca zdaje sobie sprawę z tego, że to oni mogą dyktować warunki sieciom. Jakże? To zależy od potencjału firmy czyli liczby kupowanych aktywacji**

mają okresowych problemów lub zastojów finansowych. Idea słynie bowiem z odłączania telefonów w przypadku minimalnego nawet przekroczenia terminów płatności. Dla niektórych firm jest to bardzo kłopotliwe. Poza tym wielu klientów narzeka na najgorzej funkcjonujące Biuro Obsługi Klienta – częste pomyłki i – co dla niektórych firm ważne – nie ma przyporządkowania do konkretnych osób, za każdym razem więc dodzwaniamy się do innej osoby, co jest nie lada problemem w szybkich kontaktach. Takie przyporządkowanie w sieci Idea możliwe jest tylko wyjątkowo dla dużych klientów.

Plusy oferty – minuty promocyjne wykorzystywane są tutaj poza abonamentem i nie pomniejszają pakietu minut darmowych przyznanych przez abonament. Łatwiej jest tu monitorować ruch, przy-

**Klient zawsze powinien dążyć do podpisania umowy ramowej określającej szczegółowo zasady współpracy z operatorem**

znawać limity pracownikom, planować ruchy w strukturze rachunku i usług.

Poza tym Idea jako jedyny operator oferuje bezterminowe przechodzenie minut niewykorzystanych. To znaczy, jeżeli w bieżącym miesiącu nie wykorzystamy wszystkich minut darmowych, to będziemy mogli wykorzystać w każdym czasie, choćby za rok. Na co jeszcze warto zwró-

cić uwagę – w takim rozwiązaniu należy w okresach promocyjnych wziąć jak najwyższe abonamenty nawet wtedy, kiedy nie będziemy wykorzystywali wszystkich minut darmowych, ponieważ kiedy nagromadzimy odpowiednią dużą liczbę minut, będziemy mogli zmniejszyć odpowiednio abonament i korzystać z minut, które uzbieraliśmy sobie w przeszłości.

Idea jako jedyny operator nie podpisuje umów ramowych z klientami, czyniąc wyjątki tylko na rzecz dużych klientów korporacyjnych. Trudno więc ustalić warunki zakupu nowych telefonów w przyszłości. Np. jeżeli kupujemy dziś 50 nowych aktywacji, to uzyskamy dobre warunki – promocyjne rabaty. Ale jeżeli jutro będziemy chcieli dokupić jeden albo dwa telefony, to niestety warunki tak dobre już nie będą. Także w tym przypadku warto określić warunki zakupu nowych aktywacji na odpowiednim poziomie.

**• PLUS MAX**

W chwili obecnej można skorzystać w sieci Plus GSM z oferty Max Minuty lub Plus Max. Proponujemy przyjrzeć się ofercie Plus Max, ponieważ w jakimś sensie jest to nowatorskie rozwiązanie na naszym rynku.

W tej ofercie Plus zrezygnował z opłaty abonamentowej i darmowych minut w ramach abonamentu, zamieniając to wszystko na deklarowane kwoty rachunków. W sumie ktoś, kto by się uparł powiedziałby, że to i tak to samo. Trzeba się z tym zgodzić, ale nie do końca. Przy podpisywaniu umowy klient deklaruje kwotę, na jaką co najmniej mają opiewać jego miesięczne rachunki – tzw. kwotę minimalną. Abonent dzwoni, wykorzystuje usługi, wysyła SMS-y po stawkach przewidzianych dla danej opłaty minimalnej. Zaletą tej oferty jest to, że w ramach opłaty minimalnej możemy wykorzystywać różne usługi, a wszystko to zaliczane jest na poczet zapłaconej kwoty. Jeżeli abonent nie wykorzysta minimalnej kwoty, pozostała część przechodzi na następne okresy rozliczeniowe, a na fakturze umieszczona zostanie zadeklarowana kwota minimalna. W przypadku, kiedy abonent przekroczy kwotę minimalną, na fakturze znajdzie się kwota opiewająca na równowartość wykorzystanych przez abonenta usług.

Oferta Plusa charakteryzuje się dosyć przyjaznym modelem przechodzenia minut – niewykorzystane kwoty minuty

przechodzą na najbliższe sześć miesięcy i są wykorzystywane w pierwszej kolejności w następnym miesiącu.

Poza tym w ofercie Plusa, podobnie jak w Idei, a inaczej niż w Erze, wszystkie tanie minuty wykorzystywane są poza abonamentem, nie powodując strat finansowych.

Standardowe oferty Plusa charakteryzuje się tym, iż nie przyznają żadnych rabatów od połączeń ani stałych upustów od abonamentu. Plus przyjął politykę dokładania minut, a nie odejmowania sobie pieniędzy.

Na co należy zwrócić uwagę w przypadku współpracy z Plusem, a dokładnie podpisując z tym operatorem umowę ramową? Otóż umowa taka zawiera zapisy, że w przypadku przedterminowego rozwiązania umowy (zawierana jest standardowo na 24 miesiące) klient musi zwrócić operatorowi wszystkie apanaże, które uzyskał od operatora: zniżki na sprzęt, kwoty upustów, rabatów i darmowych usług.

Podsumowując – przy podpisywaniu umowy z każdym z operatorów trzeba bardzo uważnie ją przeczytać, zwracając uwagę na warunki rozwiązania umów, kary umowne, restrykcje związane ze zmianami abonamentów.

## HASŁO DLA WYBRANYCH

Jeśli już podjęliśmy decyzję, wybraliśmy ofertę, popisaliśmy umowę, przyszedł czas na codzienne kontakty z Biurem Obsługi Klienta i Przedstawicielami Biznesowymi.

Bardzo ważne we współpracy z operatorem jest ściśle określenie osób uprawnionych do kontaktów z operatorem. Z doświadczenia powiemy, że im mniejsza liczba osób kontaktuje się z operatorem, tym lepiej. W przypadku wielu podmiotów kontaktujących się z biurem obsługi może zapanować bałagan i rozbieżności, co bardzo często doprowadza do tego, że klient nie wie, co i gdzie ma.

Co jest jeszcze ważne we współpracy klienta z operatorem? Na pewno biling elektroniczny. Usługa ta ma fundamentalne znaczenie we wszelkiego rodzaju analizach i optymalizacjach. Klient posiadający 10-15 telefonów jest w stanie przejrzeć bilingi i dokonać ich ręcznej analizy. Wyobraźmy sobie jednak firmę, w której jest 200-300 telefonów, w której analizy miałyby być przeprowadzane w oparciu o ra-

**W umowach często czekają na nas pułapki. Dlatego warto bardzo dokładnie zapoznać się ze szczegółowymi zapisami umowy, szczególnie, gdy dotyczy ona... promocji. Często słynny telefon za złotówkę może nas słono kosztować**

chunki w formie papierowej. O ile jest to fizycznie do zrobienia, to takie działania na pewno nie mają najmniejszego sensu.

Jeżeli chodzi o optymalizację usług przeprowadzanych przez operatorów, to w tej chwili Plus jako jedyna firma praktykuje standardowo dokonywanie optymalizacji doboru abonamentów w trakcie trwania umowy. Inni operatorzy robią to tylko wyjątkowo i tylko na wyraźne żądanie klienta.

Trzeba zauważyć jednak, że nawet w przypadku, kiedy optymalizacja została przez operatora zaproponowana, to zwykle ma ona bardzo jednostronny charakter. Np., jeżeli podpisujemy umowę na 24 miesiące, a przez 12 miesięcy nie możemy zmienić abonamentu na niższy, to niestety operator może doradzić nam w tym okresie tylko jednie optymalizację przez podwyższanie abonamentów.

## CZY MOŻNA SIĘ WYCOFAĆ?

Na koniec przy omawianiu współpracy z operatorem poruszyć chcemy jeszcze krótko temat renegocjacji umowy. Klient zawsze powinien dążyć do podpisania umowy ramowej określającej szczegółowo zasady współpracy z operatorem. Nawet w przypadku sieci Idea, gdzie robi się to wyjątkowo, każdy z nas powinien zabezpieczyć sobie swoje interesy.

Kiedy mamy podpisaną umowę ramową, praktycznie w każdej chwili możemy przystąpić do renegocjacji jej warunków. Oczywiście nasze oczekiwania i sugestie będą już mniej brane pod uwagę niż

przed podpisaniem umowy, bo przecież związaliśmy się z operatorem umową na czas określony, najczęściej dwóch lat, ale zawsze można coś jeszcze poprawić, skorygować. Oczywiście im bliżej do końca okresu umowy, tym łatwiej rozmawiać z operatorem. Mimo wszystko trzeba mieć świadomość tego, że jeżeli kończy nam się umowa i nie minęły blisko 24 miesiące, a nie zależy nam na utrzymaniu się w danej sieci, to nigdy operator, który ma w tej chwili Państwa numery w swojej sieci, nie da tak atrakcyjnych warunków utrzymaniowych jakie mogą zaproponować operatorzy alternatywni w ramach oferty przejściowej.

Zostało jeszcze omówienie kwestii zakończenia współpracy z operatorem i rozwiązanie umowy. W takim wypadku trzeba być bardzo ostrożnym, szczególnie w przypadku oferty Plusa i zwrot wszystkich apanaży w przypadku przedterminowego zerwania umowy. Inni operatorzy określają ściśle w umowach kwoty kar umownych za rozwiązanie umowy i zazwyczaj jest to kwota 1 500 zł, z której co miesiąc odliczana jest jej 1/24 jako warunek wypelniony.

Bardzo często praktykowana jest kwestia obniżenia abonamentów u dotychczasowego operatora do najniższego z możliwych i w tym czasie zakupienie nowych aktywacji u innego operatora. Przy takim rozwiązaniu korzystamy co prawda przez jakiś czas z podwójnej liczby telefonów i płacimy podwójnie abonamenty, jednak specjalne okresy promocyjne oferowane przez operatora przejmującego zazwyczaj w sposób dostateczny rekompensują nam ponoszone koszty.

## NIGDY NIE JEST ZA PÓŹNO

Prześledziliśmy wspólnie z naszymi czytelnikami drogę, jaką przechodzi lub przynajmniej powinien przejść każdy potencjalny klient operatorów sieci telefonii komórkowej w Polsce. Zastanowiliśmy się, co możemy zrobić, aby już w momencie podpisywania umowy czy też jej odnawiania zapewnić naszej firmie tańsze połączenia. Być może zaproponowane przez nas rozwiązania wydają się mało skuteczne, a zaoszczędzone kwoty trudne do oszacowaniu. Dlatego w następnym odcinku postaramy się pokazać konkretne przykłady rozwiązań i firm, które zdecydowały się wprowadzić je w życie i... dzwonić taniej. ■