

Zákaznická zkušenost s vybranými poskytovateli telekomunikačních služeb

Srpen 2016



Media audience measurement



Marketing research and data analysis




Advertising monitoring and media analysis



Software for media data processing

Obsah

<u>Metodologie výzkumu, cílová skupina a terénní sběr</u>	03	
<u>Cíle výzkumu</u>	08	
<u>Shrnutí</u>	10	
<u>Využívání poskytovatelů a zodpovědnost za placení faktur, podpisu smlouvy a dobíjení kreditu</u>	14	
<u>Přístup poskytovatele k zákazníkovi/spotřebiteli</u>	19	
<u>Všeobecné obchodní podmínky</u>	22	
<u>Struktura smluvních dokumentů (přehlednost, srozumitelnost)</u>	33	
<u>Sjednání smluv prostředky / komunikace na dálku a mimo prostory obvyklé k podnikání</u>	38	
<u>Možnost vyzkoušení služby</u>	44	
<u>Popis služby (minimální nabízená a minimální zaručená kvalita služby)</u>	48	
<u>Automatické prodlužování smluv</u>	52	
<u>Informace o termínech a způsobu vyúčtování</u>	56	
<u>Vrácení nevyčerpaného kreditu u předplacených služeb</u>	62	
<u>Převod a čerpání volných jednotek</u>	67	
<u>Smluvní pokuty</u>	71	
<u>Jednostranná změna smlouvy a způsob vyrozumění účastníka o této změně</u>	75	
<u>Způsob uplatnění reklamace a reklamační řízení</u>	80	
<u>Výpověď smlouvy a úhrady spojené s předčasným ukončením smlouvy</u>	87	



Metodologie výzkumu, cílová skupina a terénní sběr

[Zpět na obsah](#)

Metodologie výzkumu

Metodologie



Výzkum byl realizován prostřednictvím internetového sběru (CAWI), respondenti byli vybíráni z Českého národního panelu.

Terénní sběr



Terénní sběr dat proběhl v době od 20. 7. do 1. 8. 2016. Délka dotazování byla cca 15 minut.

Vzorek a cílová skupina



Internetová populace ČR 15+ využívající služeb alespoň jednoho poskytovatele veřejně dostupných služeb elektronických komunikací. Osoby zodpovědné za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu. **Celkový počet respondentů byl 879**, z toho **820 zodpovědných** alespoň za jednu z výše uvedených oblastí. Analýzy vyžadující zkušenost či zodpovědnost byly prováděny pouze na těch, kteří tuto podmínku alespoň u jednoho poskytovatele splňují. Někteří respondenti využívají služeb více poskytovatelů zároveň, tj. bylo celkem analyzováno **1111 zákaznických zkušeností**.

Kvalita

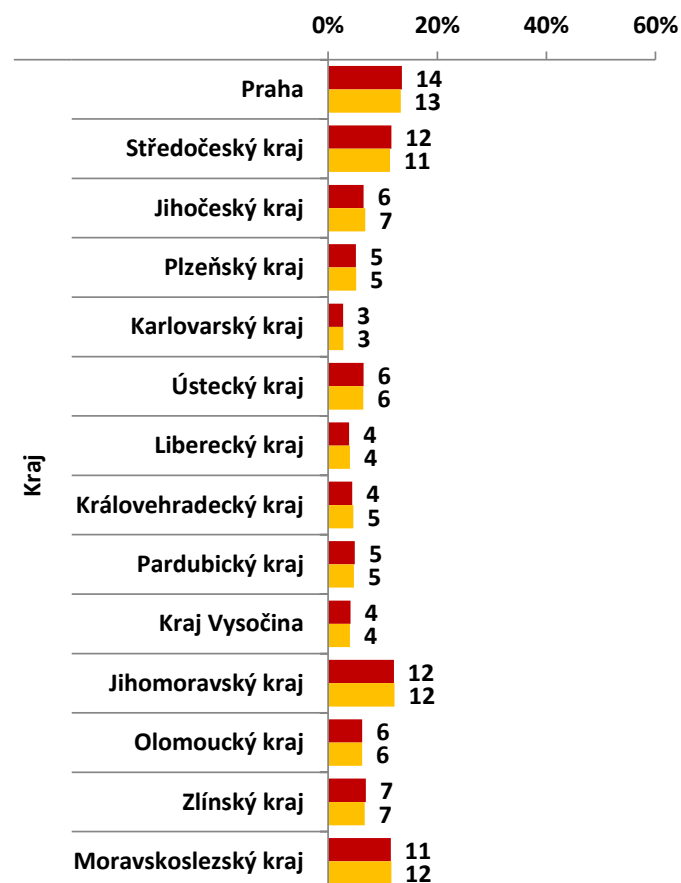
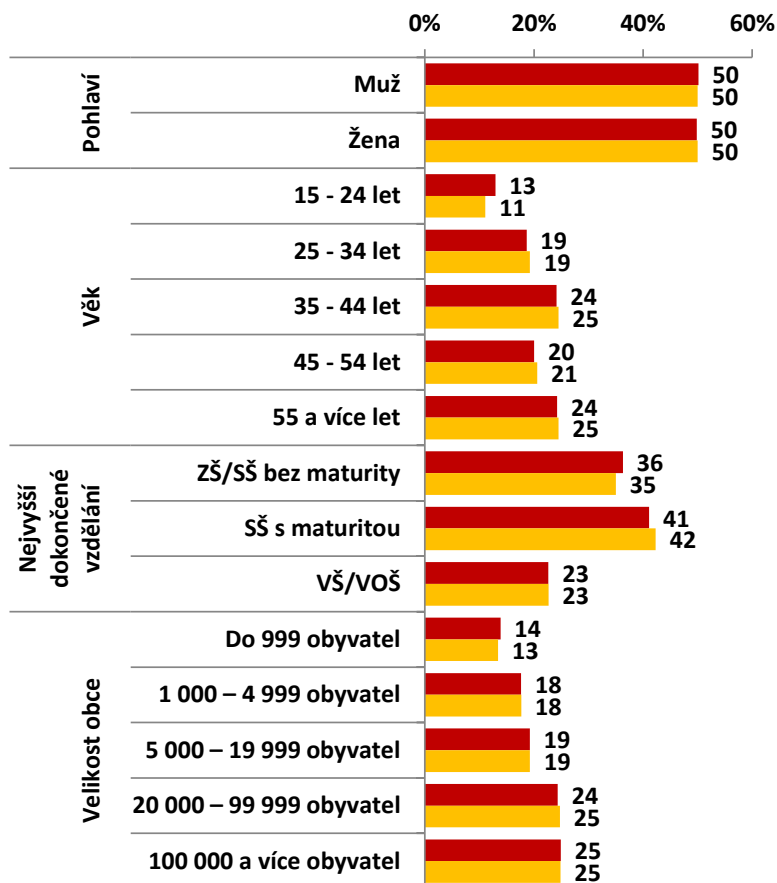


Dodržujeme standardy ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research) a SIMAR (Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění).

Charakteristiky výběrového souboru

■ Celý vzorek, N=879

■ Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele, N=820



Tabulka statistických chyb – celý vzorek

- U jednotlivých sociodemografických proměnných je nutné **při malém vzorku pod 100 respondentů počítat s větší statistickou chybou**. Závěry týkající se těchto skupin je proto třeba brát pouze jako orientační.
- Při interpretaci dat je třeba brát v úvahu statistickou chybu, která závisí na velikosti vzorku.
- Tabulka říká, s jak velkou chybou máme u výsledků počítat. Například pokud u otázky, na kterou odpovídal celý vzorek, vyšel výsledek 15 %, pak výsledek s vysokou pravděpodobností (95 %) leží v intervalu 12,7 % - 17,6 %.

		velikost vzorku (N)	procento populace																			
			5%		10%		15%		20%		25%		30%		35%		40%		45%		50%	
			dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice
Celý vzorek		879	3,7%	6,7%	8,1%	12,2%	12,7%	17,6%	17,4%	22,8%	22,2%	28,0%	27,0%	33,2%	31,9%	38,3%	36,8%	43,3%	41,7%	48,4%	46,6%	53,4%
Pohlaví	Muž	441	3,2%	7,6%	7,4%	13,3%	11,9%	18,8%	16,4%	24,1%	21,1%	29,4%	25,8%	34,6%	30,6%	39,7%	35,4%	44,8%	40,3%	49,8%	45,2%	54,8%
	Žena	438	3,2%	7,6%	7,4%	13,3%	11,9%	18,8%	16,4%	24,1%	21,1%	29,4%	25,8%	34,6%	30,6%	39,7%	35,4%	44,8%	40,3%	49,8%	45,2%	54,8%
Věk	15 - 24 let	114	2,0%	11,2%	5,4%	17,4%	9,2%	23,2%	13,3%	28,7%	17,6%	34,1%	22,0%	39,4%	26,5%	44,6%	31,1%	49,6%	35,8%	54,6%	40,5%	59,5%
	25 - 34 let	164	2,4%	9,9%	6,0%	15,9%	10,1%	21,6%	14,3%	27,1%	18,7%	32,5%	23,2%	37,7%	27,8%	42,9%	32,5%	48,0%	37,3%	52,9%	42,1%	57,9%
	35 - 44 let	212	2,6%	9,1%	6,5%	15,0%	10,6%	20,7%	15,0%	26,2%	19,4%	31,5%	24,0%	36,7%	28,7%	41,9%	33,4%	47,0%	38,2%	52,0%	43,1%	56,9%
	45 - 54 let	176	2,4%	9,6%	6,2%	15,7%	10,2%	21,3%	14,5%	26,8%	18,9%	32,2%	23,5%	37,4%	28,1%	42,6%	32,8%	47,7%	37,6%	52,7%	42,4%	57,6%
	55 a více let	213	2,6%	9,1%	6,5%	15,0%	10,6%	20,7%	15,0%	26,1%	19,4%	31,5%	24,0%	36,7%	28,7%	41,9%	33,4%	46,9%	38,2%	51,9%	43,1%	56,9%
Vzdělání	ZŠ/sŠ bez maturity	319	3,0%	8,2%	7,0%	14,0%	11,4%	19,5%	15,8%	24,9%	20,4%	30,2%	25,1%	35,4%	29,8%	40,5%	34,6%	45,6%	39,5%	50,6%	44,4%	55,6%
	SŠ s maturitou	361	3,1%	7,9%	7,2%	13,7%	11,6%	19,2%	16,1%	24,6%	20,7%	29,9%	25,4%	35,1%	30,1%	40,2%	34,9%	45,3%	39,8%	50,3%	44,7%	55,3%
	VŠ/VOŠ	199	2,6%	9,3%	6,4%	15,2%	10,5%	20,9%	14,8%	26,4%	19,3%	31,7%	23,8%	37,0%	28,5%	42,1%	33,2%	47,2%	38,0%	52,2%	42,9%	57,1%
Kraj	Praha	119	2,0%	11,1%	5,5%	17,2%	9,3%	23,0%	13,4%	28,5%	17,7%	33,9%	22,1%	39,2%	26,6%	44,3%	31,3%	49,4%	36,0%	54,4%	40,8%	59,2%
	Středočeský kraj	102	1,9%	11,7%	5,2%	17,9%	9,0%	23,7%	13,0%	29,3%	17,2%	34,7%	21,5%	40,0%	26,0%	45,1%	30,6%	50,2%	35,2%	55,1%	40,0%	60,0%
	Jihočeský kraj	57	1,2%	15,2%	4,0%	21,6%	7,3%	27,5%	11,0%	33,1%	14,9%	38,5%	18,9%	43,8%	23,2%	48,9%	27,5%	53,8%	32,0%	58,7%	36,6%	63,4%
	Pišeňský kraj	45	1,0%	17,1%	3,5%	23,5%	6,6%	29,4%	10,1%	35,1%	13,8%	40,5%	17,7%	45,7%	21,8%	50,7%	26,1%	55,6%	30,4%	60,4%	35,0%	65,0%
	Karlovarský kraj	24	0,4%	24,2%	2,1%	30,5%	4,6%	36,3%	7,4%	41,8%	10,6%	47,1%	14,0%	52,1%	17,7%	56,9%	21,5%	61,5%	25,5%	66,0%	29,6%	70,4%
	Ústecký kraj	57	1,2%	15,2%	4,0%	21,6%	7,3%	27,5%	11,0%	33,1%	14,9%	38,5%	18,9%	43,8%	23,2%	48,9%	27,5%	53,8%	32,0%	58,7%	36,6%	63,4%
	Liberecký kraj	34	0,7%	19,9%	2,9%	26,3%	5,7%	32,2%	8,9%	37,8%	12,4%	43,1%	16,2%	48,3%	20,1%	53,2%	24,1%	58,1%	28,4%	62,7%	32,8%	67,2%
	Královéhradecký kraj	39	0,8%	18,5%	3,2%	24,8%	6,2%	30,8%	9,5%	36,4%	13,1%	41,8%	16,9%	46,9%	20,9%	52,0%	25,1%	56,8%	29,4%	61,6%	33,9%	66,1%
	Pardubický kraj	43	0,9%	17,5%	3,4%	23,9%	6,5%	29,8%	9,9%	35,5%	13,6%	40,9%	17,5%	46,1%	21,5%	51,1%	25,8%	56,0%	30,1%	60,8%	34,6%	65,4%
	Kraj Vysočina	36	0,8%	19,3%	3,0%	25,7%	5,9%	31,6%	9,2%	37,2%	12,7%	42,5%	16,5%	47,7%	20,4%	52,7%	24,6%	57,5%	28,8%	62,2%	33,2%	66,8%
	Jihomoravský kraj	106	1,9%	11,6%	5,3%	17,7%	9,1%	23,5%	13,1%	29,1%	17,3%	34,5%	21,7%	39,8%	26,2%	44,9%	30,7%	50,0%	35,4%	54,9%	40,2%	59,8%
	Olomoucký kraj	55	1,2%	15,5%	3,9%	21,8%	7,2%	27,7%	10,9%	33,4%	14,7%	38,8%	18,8%	44,0%	23,0%	49,1%	27,3%	54,1%	31,8%	58,9%	36,4%	63,6%
	Zlínský kraj	61	1,3%	14,7%	4,2%	21,1%	7,6%	27,0%	11,3%	32,6%	15,2%	38,0%	19,3%	43,3%	23,5%	48,4%	27,9%	53,3%	32,4%	58,2%	37,1%	62,9%
	Moravskoslezský kraj	101	1,9%	11,8%	5,2%	18,0%	8,9%	23,8%	13,0%	29,4%	17,2%	34,8%	21,5%	40,1%	26,0%	45,2%	30,5%	50,2%	35,2%	55,2%	40,0%	60,0%
	VMB	Do 999 obyvatel	122	2,1%	11,0%	5,5%	17,1%	9,4%	22,9%	13,5%	28,4%	17,8%	33,8%	22,2%	39,1%	26,7%	44,2%	31,4%	49,3%	36,1%	54,3%	40,9%
1 000 – 4 999 obyvatel		155	2,3%	10,1%	6,0%	16,1%	10,0%	21,8%	14,2%	27,3%	18,6%	32,7%	23,0%	38,0%	27,6%	43,1%	32,3%	48,2%	37,1%	53,2%	41,9%	58,1%
5 000 – 19 999 obyvatel		169	2,4%	9,8%	6,1%	15,8%	10,2%	21,5%	14,4%	27,0%	18,8%	32,3%	23,3%	37,6%	27,9%	42,8%	32,6%	47,8%	37,4%	52,8%	42,3%	57,7%
20 000 – 99 999 obyvatel		214	2,6%	9,1%	6,5%	15,0%	10,6%	20,7%	15,0%	26,1%	19,5%	31,5%	24,0%	36,7%	28,7%	41,8%	33,4%	46,9%	38,3%	51,9%	43,1%	56,9%
100 000 a více obyvatel		219	2,6%	9,0%	6,5%	15,0%	10,7%	20,6%	15,0%	26,0%	19,5%	31,4%	24,1%	36,6%	28,8%	41,8%	33,5%	46,8%	38,3%	51,8%	43,2%	56,8%

Tabulka statistických chyb – cílová skupina

- U jednotlivých sociodemografických proměnných je nutné **při malém vzorku pod 100 respondentů počítat s větší statistickou chybou**. Závěry týkající se těchto skupin je proto třeba brát pouze jako orientační.
- Při interpretaci dat je třeba brát v úvahu statistickou chybu, která závisí na velikosti vzorku.

Cílová skupina	velikost vzorku (N)	procento populace																				
		5%		10%		15%		20%		25%		30%		35%		40%		45%		50%		
		dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	
	820	3,7%	6,8%	8,1%	12,3%	12,7%	17,7%	17,3%	22,9%	22,1%	28,1%	26,9%	33,3%	31,8%	38,4%	36,6%	43,5%	41,6%	48,5%	46,5%	53,5%	
Využívaný poskytovatel	O2 Czech Republic	216	2,6%	9,1%	6,5%	15,0%	10,7%	20,6%	15,0%	26,1%	19,5%	31,4%	24,1%	36,7%	28,7%	41,8%	33,5%	46,9%	38,3%	51,9%	43,2%	56,8%
	T-Mobile Czech Republic	280	2,9%	8,4%	6,9%	14,3%	11,1%	19,9%	15,6%	25,3%	20,1%	30,6%	24,8%	35,8%	29,5%	40,9%	34,3%	46,0%	39,1%	51,0%	44,0%	56,0%
	Vodafone Czech Republic	174	2,4%	9,7%	6,1%	15,7%	10,2%	21,4%	14,5%	26,9%	18,9%	32,2%	23,4%	37,5%	28,0%	42,6%	32,7%	47,7%	37,5%	52,7%	42,4%	57,6%
	UPC Česká republika	111	2,0%	11,4%	5,4%	17,5%	9,2%	23,3%	13,2%	28,9%	17,5%	34,3%	21,9%	39,5%	26,4%	44,7%	30,9%	49,8%	35,6%	54,7%	40,4%	59,6%
	O2 Family	64	1,4%	14,4%	4,3%	20,7%	7,7%	26,6%	11,4%	32,2%	15,4%	37,7%	19,5%	42,9%	23,8%	48,0%	28,2%	53,0%	32,7%	57,9%	37,4%	62,6%
	Tesco Mobile ČR	95	1,8%	12,1%	5,1%	18,3%	8,8%	24,1%	12,8%	29,7%	16,9%	35,1%	21,2%	40,4%	25,7%	45,5%	30,2%	50,6%	34,9%	55,5%	39,6%	60,4%
	SAZKA mobil (SAZKA)	73	1,5%	13,5%	4,5%	19,8%	8,1%	25,7%	11,9%	31,3%	15,9%	36,7%	20,1%	42,0%	24,5%	47,1%	28,9%	52,1%	33,5%	57,0%	38,2%	61,8%
	Opencall (DH Telecom)	17	0,2%	29,7%	1,4%	35,7%	3,4%	41,4%	5,9%	46,7%	8,7%	51,7%	11,8%	56,5%	15,1%	61,1%	18,6%	65,5%	22,3%	69,8%	26,2%	73,8%
	GoMobil (TERMS)	57	1,2%	15,2%	4,0%	21,6%	7,3%	27,5%	11,0%	33,1%	14,9%	38,5%	18,9%	43,8%	23,2%	48,9%	27,5%	53,8%	32,0%	58,7%	36,6%	63,4%
	Relax Mobil	24	0,4%	24,2%	2,1%	30,5%	4,6%	36,3%	7,4%	41,8%	10,6%	47,1%	14,0%	52,1%	17,7%	56,9%	21,5%	61,5%	25,5%	66,0%	29,6%	70,4%

- Tabulka říká, s jak velkou chybou máme u výsledků počítat. Například pokud je u otázky, na kterou odpovídali zákazníci daného poskytovatele telekomunikačních služeb, 15 %, pak výsledek s vysokou pravděpodobností (95 %) například u zákazníků O2 Czech Republic leží v intervalu 10,7 % - 20,6 %.



Cíle výzkumu

[Zpět na obsah](#)

Cíle výzkumu



Zjištění, jakou zkušenost mají zákazníci jednotlivých poskytovatelů telekomunikačních služeb v každé z definovaných oblastí. Zjištění přehlednosti, jednoznačnosti a srozumitelnosti jednotlivých oblastí.

Definované oblasti

- Struktura smluvních dokumentů (přehlednost, srozumitelnost)
- Sjednání smluv, prostředky komunikace na dálku a mimo prostory obvyklé k podnikání
- Možnost vyzkoušení služby
- Popis služby (minimální nabízená a minimální zaručená kvalita služby)
- Automatické prodlužování smluv
- Informace o termínech a způsobu vyúčtování
- Vrácení nevyčerpaného kreditu u předplacených služeb
- Převod a čerpání volných jednotek
- Smluvní pokuty
- Jednostranná změna smlouvy a způsob vyrozumění účastníka o této změně
- Způsob uplatnění reklamace a reklamační řízení
- Výpověď smlouvy a úhrady spojené s předčasným ukončením smlouvy



Shrnutí

[Zpět na obsah](#)

O₂ Poskytovatel O2 byl hodnocen z hlediska vstřícnosti k zákazníkům nejhůře ze všech

Klady: dobře popsané služby, které poskytovatel nabízí, sjednávání služeb, možnost odstoupit od smlouvy bez udání důvodu, dostatečně přehledné vyúčtování, termíny splatnosti.

Zápory: obecně nastavené smluvní pokuty, nedostatečně přehledné informování o jednostranně změněných smluvních podmínkách ve vyúčtování, častěji zmiňovaná nemožnost odstoupit od smlouvy v případě nesouhlasu se změněnými podmínkami.

T Průměrně hodnocený poskytovatel

Klady: dobře popsané služby, které poskytovatel nabízí, sjednávání služeb, možnost odstoupit od smlouvy bez udání důvodu, dostatečně přehledné vyúčtování, termíny splatnosti, poměrně přehledné informování o jednostranně změněných smluvních podmínkách ve vyúčtování.

Zápory: obecně nastavené smluvní pokuty.

vodafone **Nejlépe hodnocený „velký“ poskytovatel**
Klady: dobře popsané služby, které poskytovatel nabízí, sjednávání služeb, možnost odstoupit od smlouvy bez udání důvodu, dostatečně přehledné vyúčtování, termíny splatnosti, poměrně jasně definované smluvní pokuty.

Zápory: struktura a přehlednost smluvních dokumentů má jisté rezervy.

upc Druhý nejhůře hodnocený poskytovatel z hlediska přístupu k zákazníkům

Klady: jasně definované nabízené služby.

Zápory: dlouhé, nudné a nepřehledné smluvní podmínky, obecně nastavené smluvní pokuty, nedostatečně přehledné informování o jednostranně změněných smluvních podmínkách ve vyúčtování, časté jednostranné měnění smluvních podmínek.

O₂ Family Třetí nejhůře hodnocený poskytovatel celkem a nejhůře hodnocený malý poskytovatel

Klady: poměrně jasně definované smluvní pokuty, dobře popsané služby, které poskytovatel nabízí, sjednávání služeb.

Zápory: spíše nedostatečně přehledné informování o jednostranně změněných smluvních podmínkách ve vyúčtování.



Třetí nejlépe hodnocený poskytovatel z pohledu vstřícnosti ke spotřebitelům

Klady: dobře popsání služby, které poskytovatel nabízí, informace o termínech a způsobech vyúčtování, smluvních pokutách, změnách ve smlouvě.

Zápory: struktura a přehlednost smluvních dokumentů má jisté rezervy.



Druhý nejlépe hodnocený „vstřícný“ poskytovatel

Klady: popis poskytovaných služeb, termínů a způsobů vyúčtování a smluvních pokut, srozumitelné podmínky smlouvy.

Zápory: častěji zmiňovaná nemožnost odstoupit od smlouvy v případě nesouhlasu se změněnými podmínkami.



Průměrně hodnocený poskytovatel, mezi malými poskytovateli hodnocen jako druhý nejhorší z pohledu vstřícnosti k zákazníkům

Klady: popis poskytovaných služeb, termínů a způsobů vyúčtování a smluvních pokut, srozumitelné podmínky smlouvy.

Zápory: nepřehlednost a struktura smluvních dokumentů.



Nejlépe hodnocený poskytovatel z hlediska přístupu k zákazníkům

Klady: popis poskytovaných služeb, termínů a způsobů vyúčtování a smluvních pokut, srozumitelné podmínky smlouvy.

Zápory: jistá nepřehlednost a struktura smluvních dokumentů.



Nejmenší poskytovatel s průměrným hodnocením

Klady: rychlost přenesení telefonního čísla, přehlednost dokumentů na webu, informace o termínech a způsobech vyúčtování.

Zápory: nepřehlednost a struktura smluvních dokumentů, menší srozumitelnost podmínek smlouvy, horší popis nabízených služeb a smluvních pokut.

Problematické oblasti:

- nepřehledné, dlouhé a složité smlouvy
- formuláře na odstoupení od smlouvy
- příliš obecná formulace smluvních pokut
- ne vždy přehledné a jasné informování o změnách ve smlouvě
- sankce spojené s odstoupením od smlouvy

Bezproblémové oblasti:

- popis nabízených služeb
- termíny a způsob vyúčtování

Doporučení:

- zjednodušit, zpřehlednit a pokud možno i zkrátit veškeré dokumenty vyžadující aktivní účast zákazníků
- zautomatizovat většinu činností a přenést jich maximum na stranu poskytovatele

Struktura vzorku dle využívání poskytovatelů a zodpovědnost za placení faktur, podpis smlouvy a dobíjení kreditu

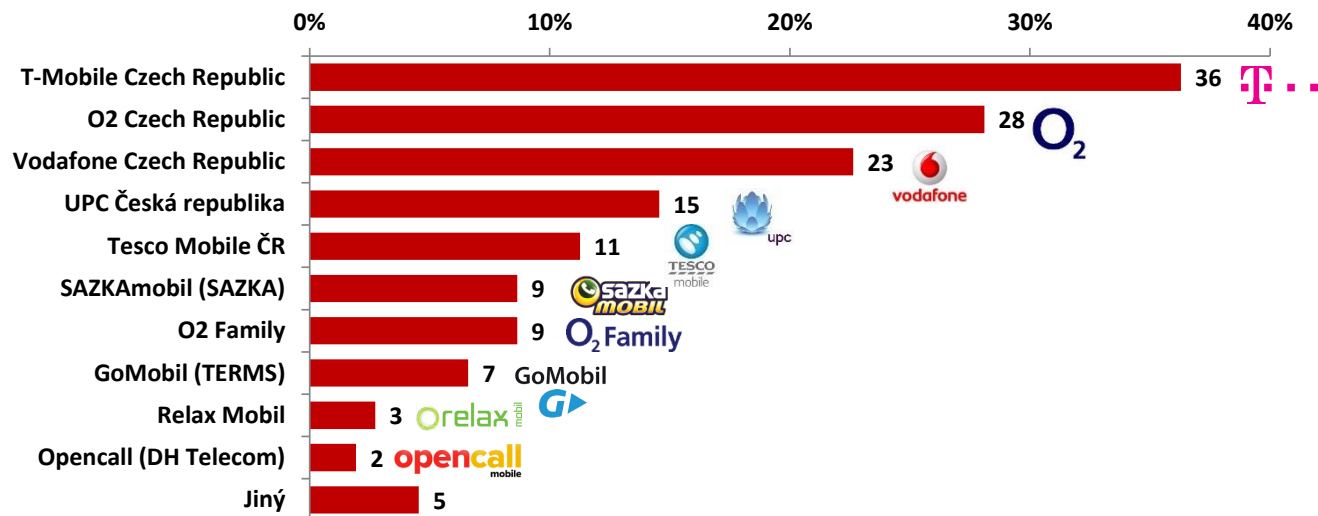
[Zpět na obsah](#)

Využívání poskytovatelů celkem

Služeb kterého z níže uvedených poskytovatelů využíváte?

Detail
sociodemografie

Základ: Celý vzorek, N=879

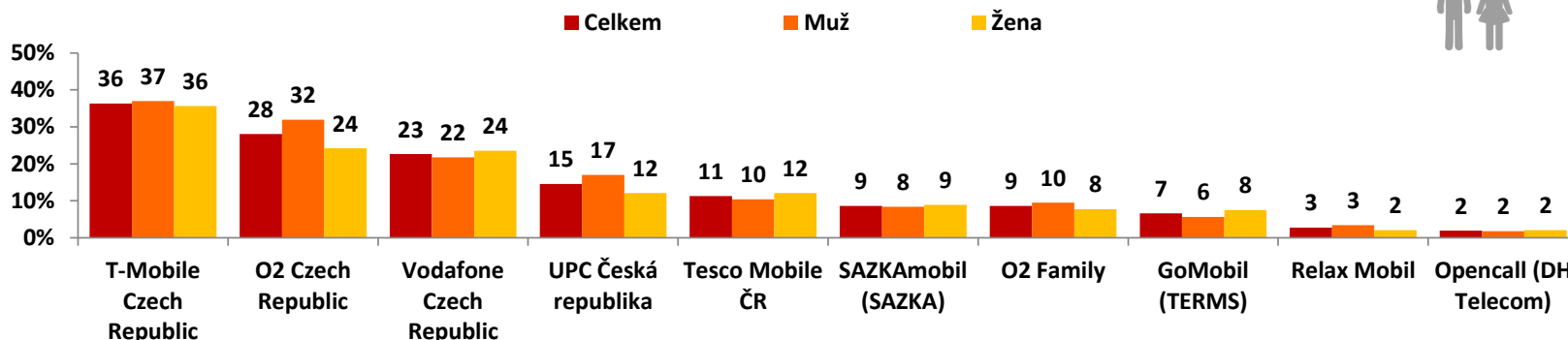


Využívání poskytovatelů dle sociodemografických znaků

Služeb kterého z níže uvedených poskytovatelů využíváte?

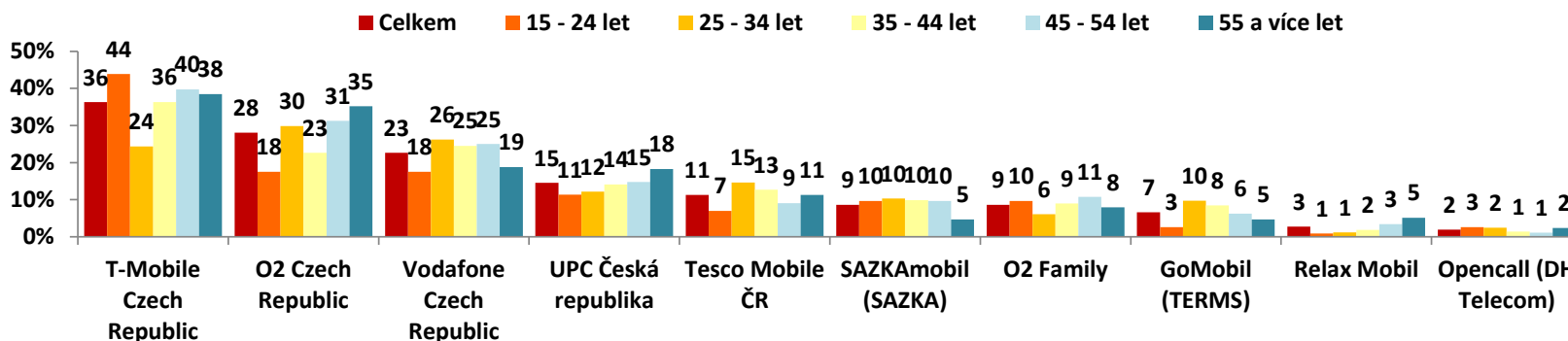
Základ: Celý vzorek, N=879

Zpět na základní graf



Služeb kterého z níže uvedených poskytovatelů využíváte?

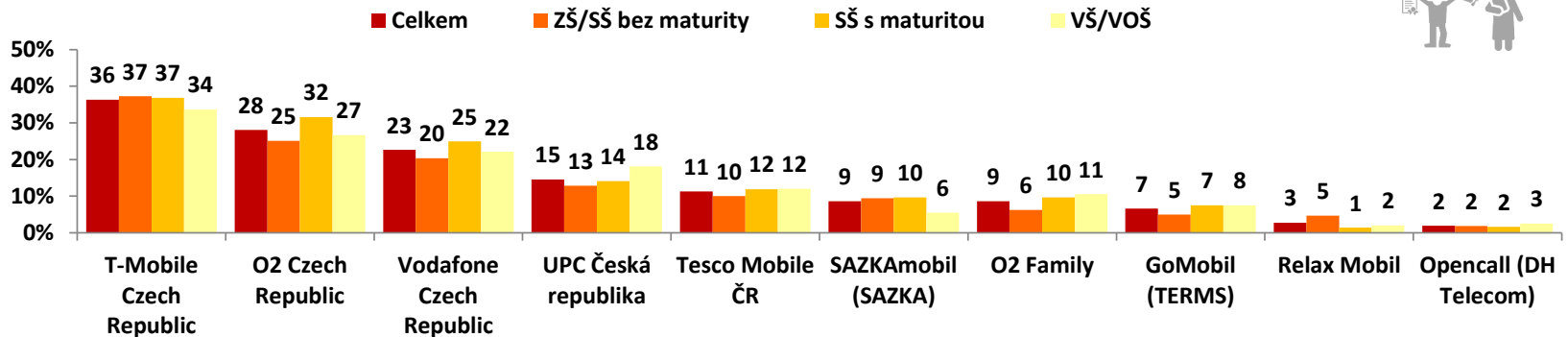
Základ: Celý vzorek, N=879



Využívání poskytovatelů dle sociodemografických znaků II

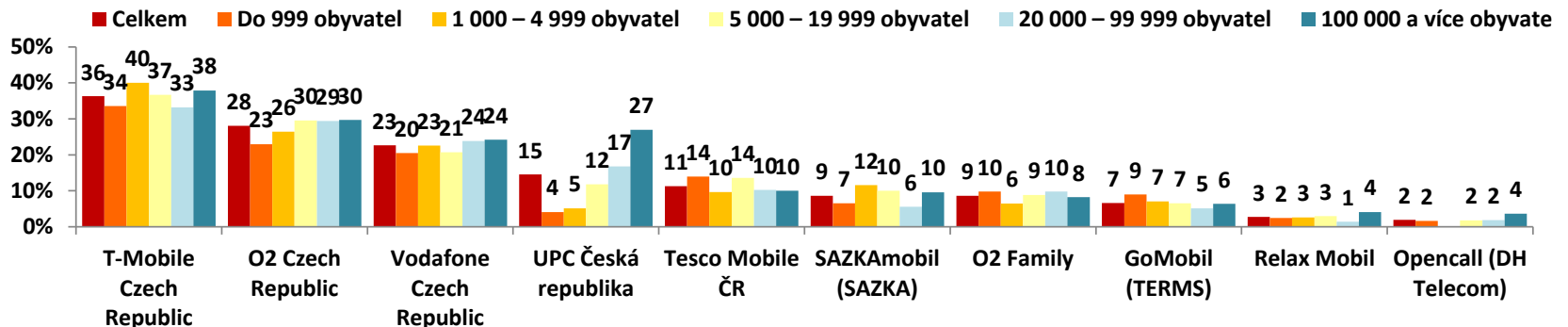
Služeb kterého z níže uvedených poskytovatelů využíváte?

Základ: Celý vzorek, N=879



Služeb kterého z níže uvedených poskytovatelů využíváte?

Základ: Celý vzorek, N=879

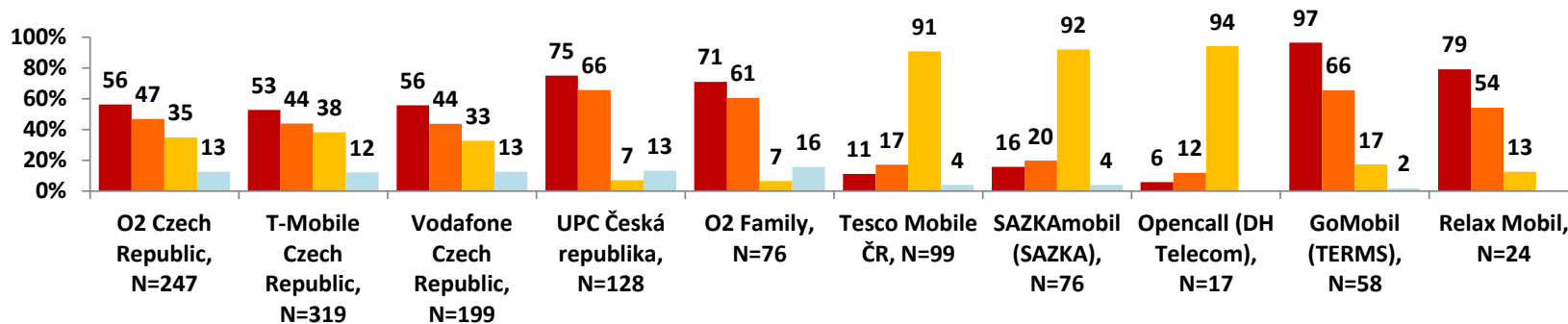


Zodpovědnosti dotázaných dle poskytovatelů

Za které z následujících věcí jste Vy osobně zodpovědný(á)?

Základ: Využívají služeb poskytovatele, N=různé

■ Úhrada faktur ■ Podpis smlouvy ■ Dobíjení kreditu ■ Nic z uvedeného

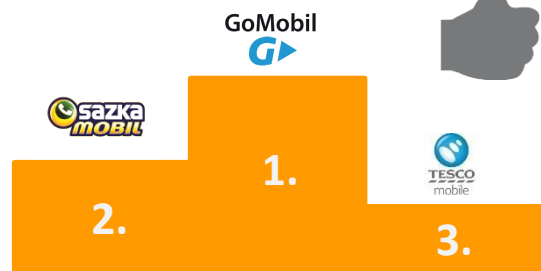


Přístup poskytovatele k zákazníkovi/spotřebiteli

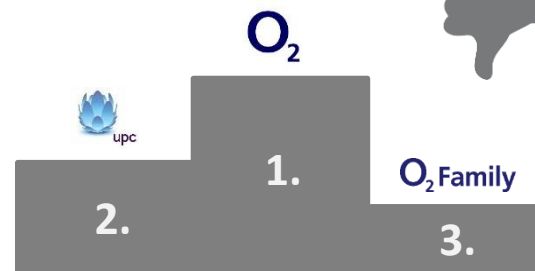
[Zpět na obsah](#)

Přístup poskytovatele k zákazníkovi/spotřebiteli

TOP 3 nejlépe hodnocení poskytovatelé telekomunikačních služeb:



TOP 3 nejhůře hodnocení poskytovatelé telekomunikačních služeb:



Poskytovatelé s nejširší zákaznickou základnou jsou respondenty hodnoceni nejhůře.

Vedle faktu, že malí poskytovatelé jsou v našem výzkumu méně zastoupeni a tudíž je jejich hodnocení zastoupeno větší statistickou nepřesností, mohou být důvodem jejich lepšího hodnocení následující faktory: malí poskytovatelé se musí více snažit a ke svým zákazníkům volit přátelštější přístup, dále mají malí poskytovatelé často „bezúdržbové“ kredity, kdy klienti s poskytovatelem de facto nepřicházejí do styku a tudíž méně dochází ke konfliktům, a do třetice je možným důvodem i fakt, že u menších poskytovatelů končí ti nejvíce nespokojení zákazníci. Tito byli tak nespokojení, že byli ochotni odejít a nový poskytovatel je v kontrastu s předchozím vnímán v mnohem lepším světle (špatná předchozí zkušenost má vliv na hodnocení stávajícího poskytovatele). To si dovoluujeme předpokládat na základě předchozích zkušeností s podobnými výzkumy zákaznické spokojenosti.

Nejlépe hodnoceným velkým poskytovatelem je Vodafone, který se umístil v polovině žebříčku.

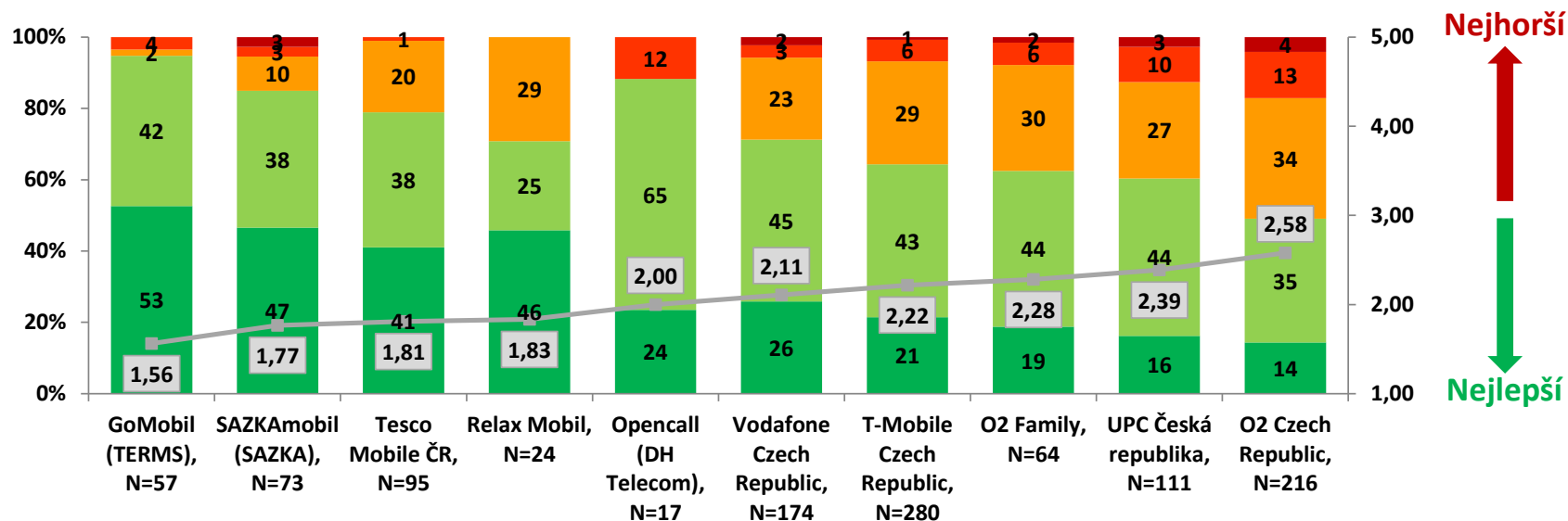
Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele

Přístup poskytovatele k zákazníkovi/spotřebiteli

Jak byste ohodnotil(a) na škále 1-5, kde 1=nejlepší a 5=nejhorší, celkový přístup společnosti k zákazníkovi/spotřebiteli?

Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele, N=různé

1 = nejlepší 2 3 4 5 = nejhorší Průměrná známka



Všeobecné obchodní podmínky

[Zpět na obsah](#)

Všeobecné obchodní podmínky



Převážná většina respondentů (více než dvě třetiny) Všeobecné obchodní podmínky četla – více než polovina je četla při podepisování smlouvy a dalších 15 % je četlo, až když narazilo na nějaký problém. Téměř třetina je nečetla vůbec.

Jako hlavní důvod, proč Všeobecné obchodní podmínky nečetli, uváděli respondenti to, že jsou moc dlouhé, nudné a nepřehledné (to uvedla čtvrtina dotázaných). Druhým nejčastěji uváděným důvodem bylo, že respondenty to nezajímalo, nebo měli pocit, že ke čtení Všeobecných obchodních podmínek nebyl důvod (téměř pětina dotázaných).

Z velkých poskytovatelů se nejvíce čtení obchodních podmínek věnovali klienti UPC a Vodafonu. Klientům UPC však v porovnání s ostatními poskytovateli připadaly Všeobecné obchodní podmínky nejvíce nudné, dlouhé a nepřehledné. Ani klienti Vodafonu podmínky nehodnotili jako stručné a přehledné.

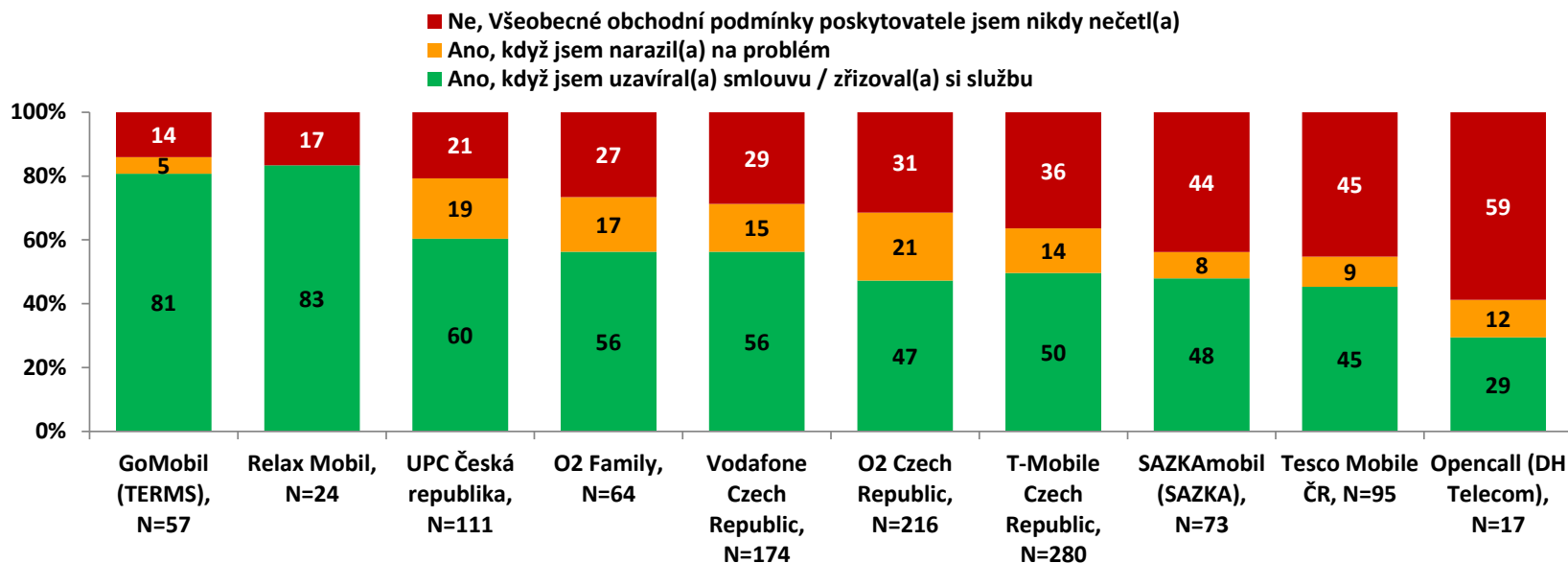
Ti respondenti, kteří uvedli, že Všeobecné obchodní podmínky četli, nejčastěji (41 %) uváděli, že tak činili proto, že je čtou vždy při podepisování nějaké smlouvy. To se napříč poskytovateli příliš nelišilo, jen u poskytovatelů předplacených služeb klienty více zajímaly nějaké konkrétní informace, jako jsou termíny a podmínky vyúčtování či popis služby.

Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele

Všeobecné obchodní podmínky

Četl(a) jste Všeobecné obchodní podmínky Vašeho poskytovatele?

Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele, N=různé

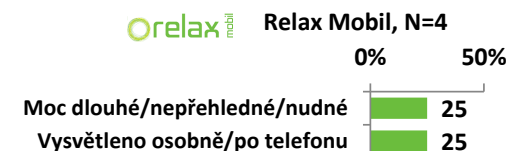
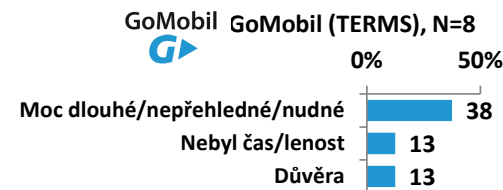
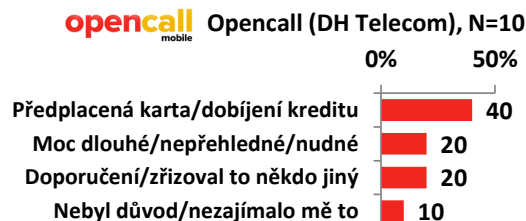
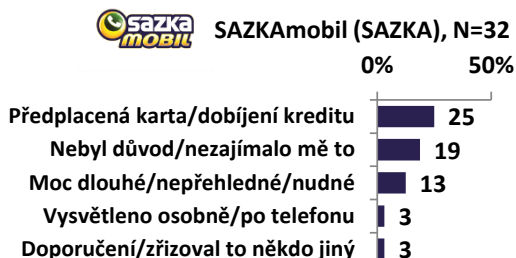
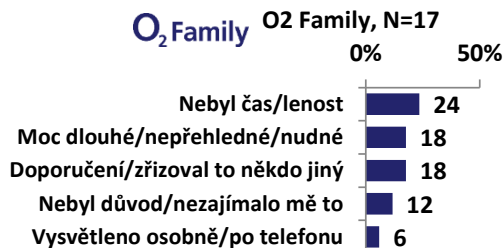
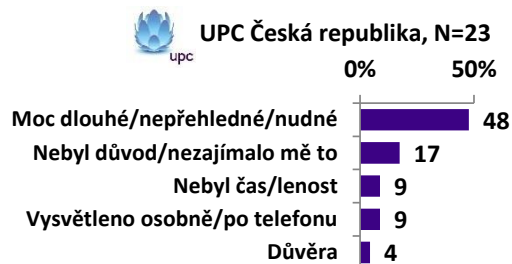
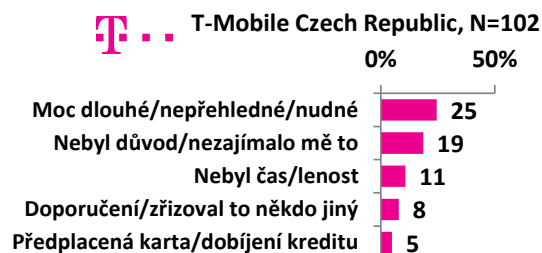
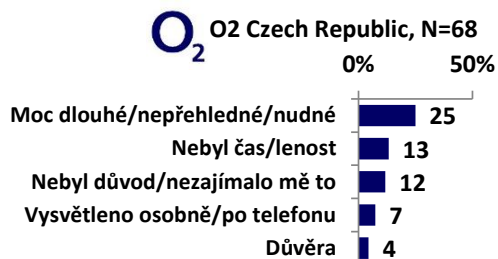


Všeobecné obchodní podmínky

TOP 5

Z jakého důvodu jste nikdy nečetl(a) Všeobecné obchodní podmínky Vašeho poskytovatele?

Základ: Nečetli Všeobecné obchodní podmínky poskytovatele, N=různé



Všeobecné obchodní podmínky

TOP 5



O2 Czech Republic, N=148



T-Mobile Czech Republic, N=178



Vodafone Czech Republic, N=124



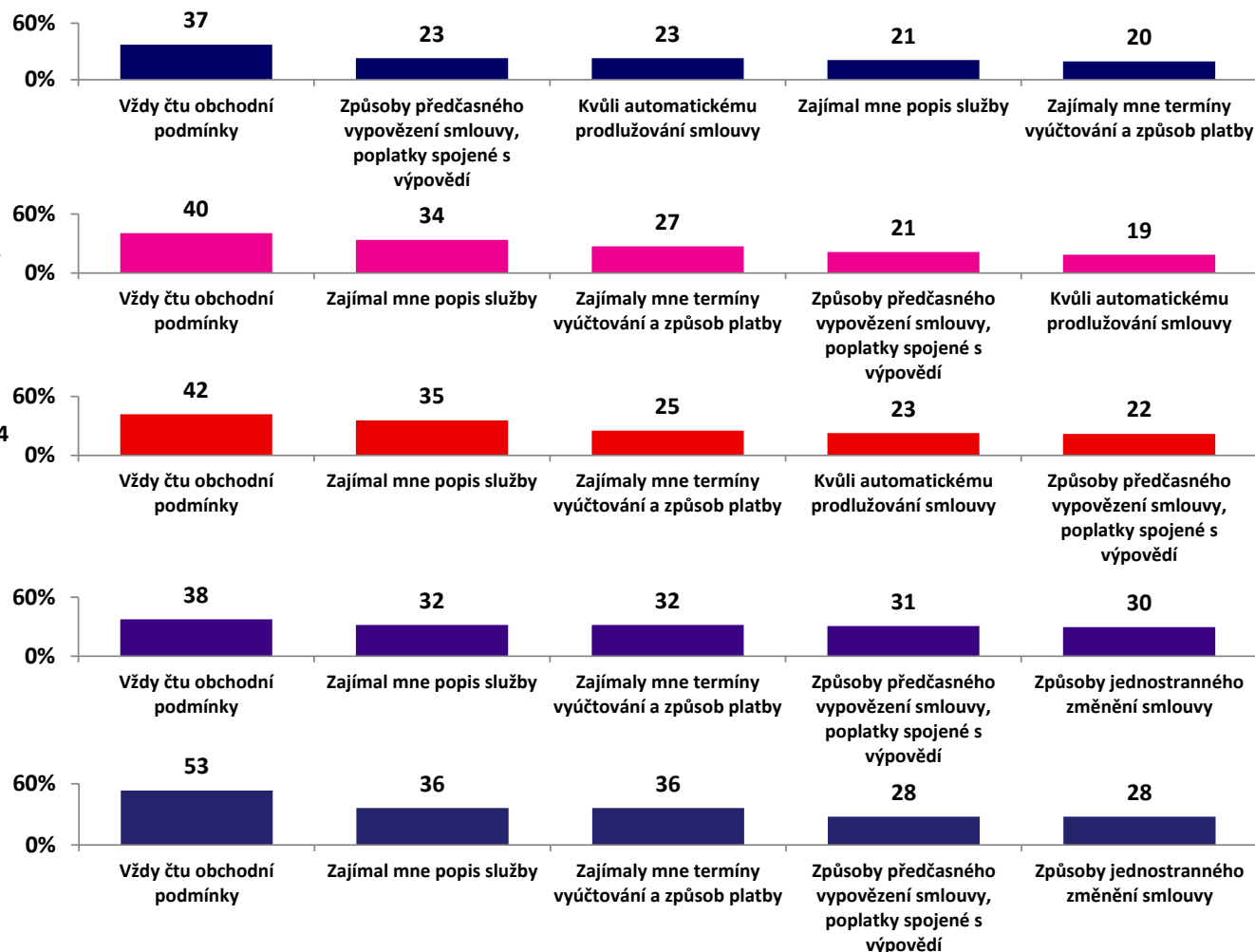
UPC Česká republika, N=88



O2 Family, N=47

Z jakého důvodu jste četl(a) Všeobecné obchodní podmínky?

Základ: Četli Všeobecné obchodní podmínky poskytovatele, N=různé



Formulace některých odpovědí byly pro účely grafu přeformulovány a zkráceny

Všeobecné obchodní podmínky

TOP 5



Tesco Mobile ČR, N=52



SAZKA mobil (SAZKA), N=41



Opencall (DH Telecom), N=7

GoMobil



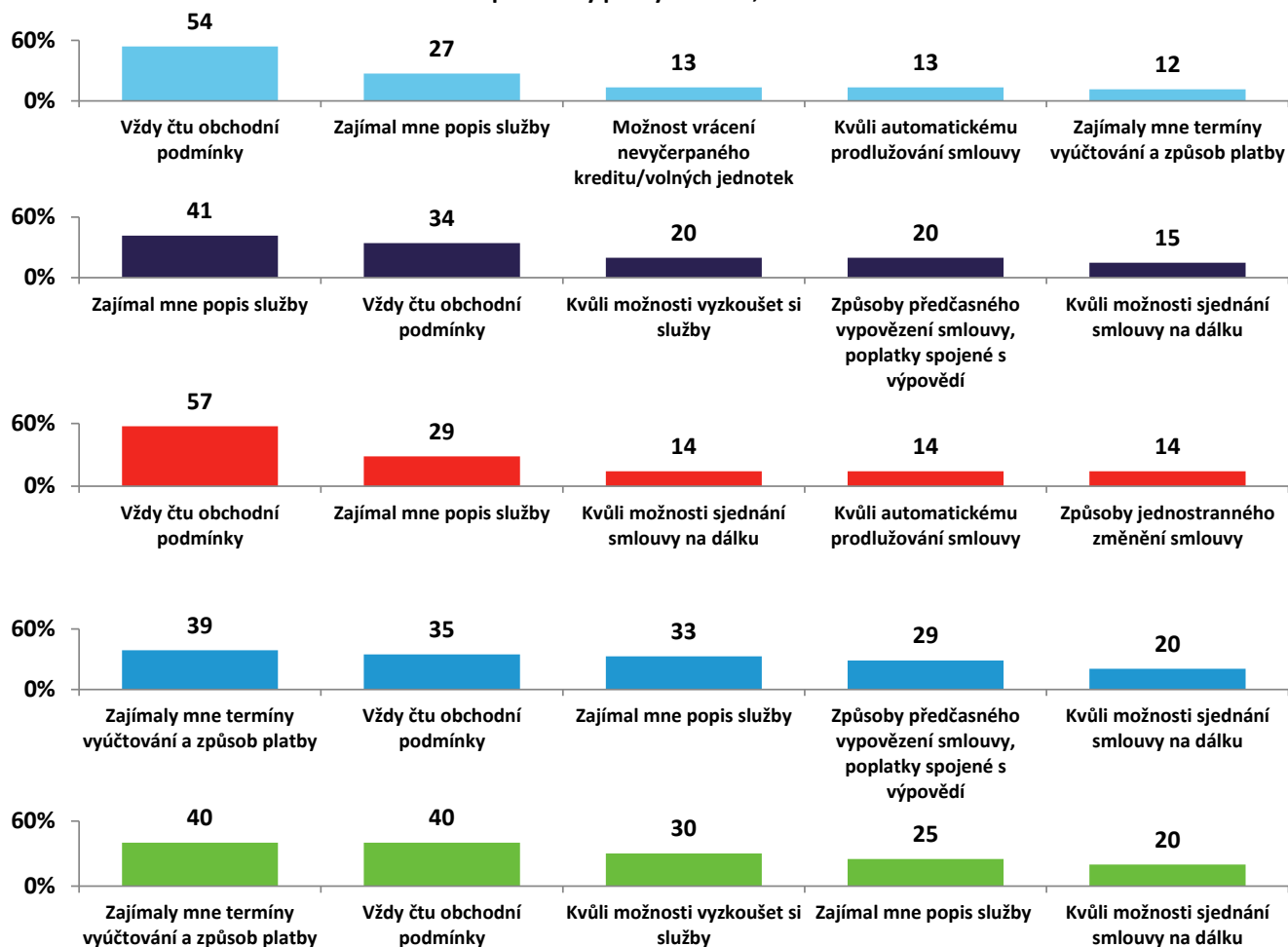
GoMobil (TERMS), N=49



Relax Mobil, N=20

Z jakého důvodu jste četl(a) Všeobecné obchodní podmínky?

Základ: Četli Všeobecné obchodní podmínky poskytovatele, N=různé



Formulace některých odpovědí byly pro účely grafu přeformulovány a zkráceny



Více než Všeobecné obchodní podmínky zajímá klienty poskytovatelů telekomunikačních služeb to, jaké mají poskytovatelé ceny. Na rozdíl od Všeobecných podmínek nečetlo Ceníky pouze 8 % respondentů.

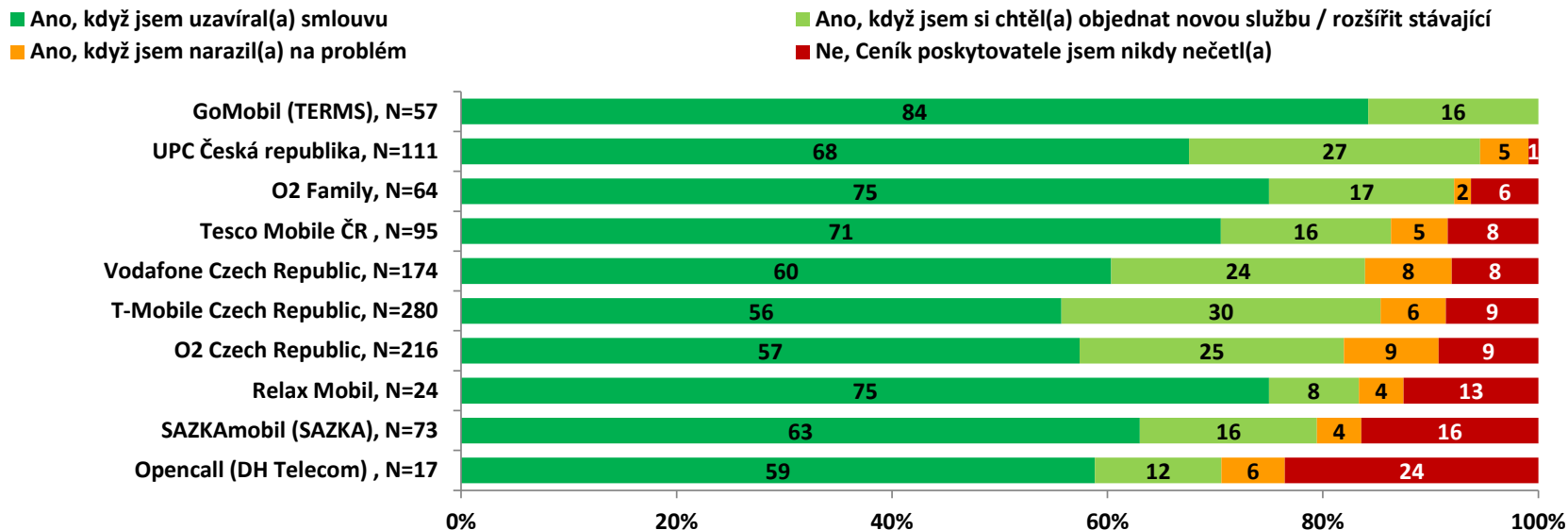
Většina respondentů (63 %) Ceník četla při podepisování či zřizování služby, dalších 23 % jej četlo při rozšiřování stávajících služeb a zbývajících 6 % až tehdy, když narazilo na problém.

Poněkud nepřekvapivým důvodem k tomu, proč respondenti Ceníky četli, je to, že je zajímaly ceny. Dalším důvodem byly termíny a způsob vyúčtování.

Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele

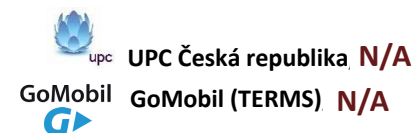
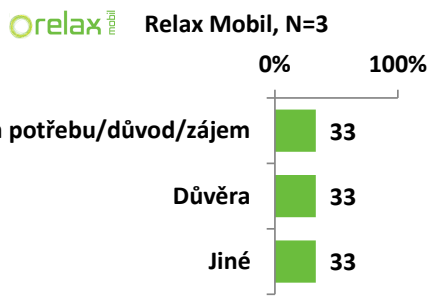
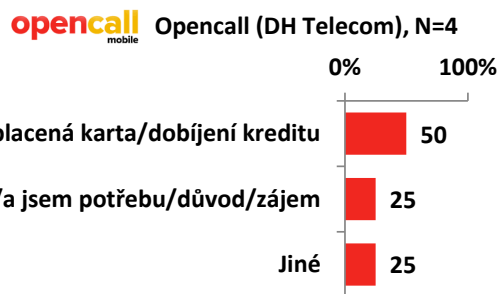
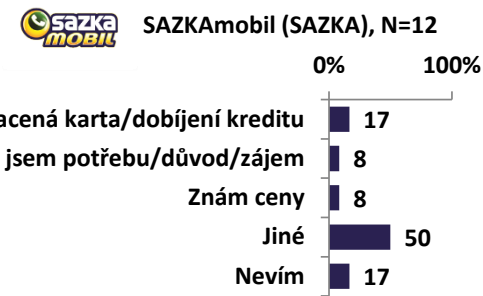
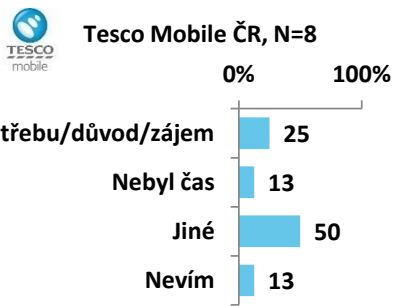
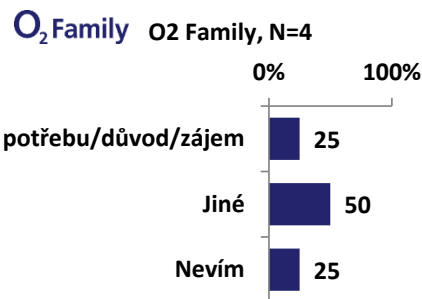
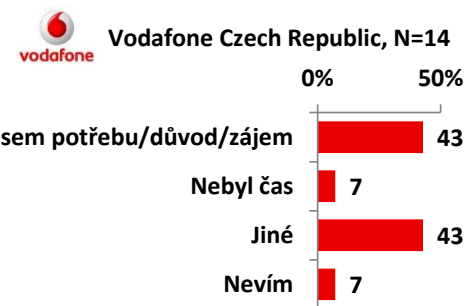
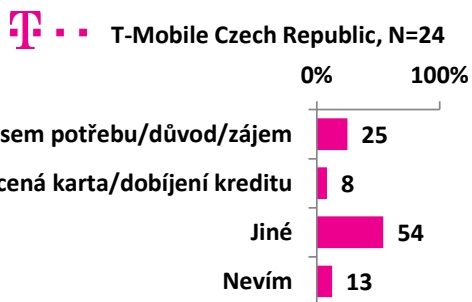
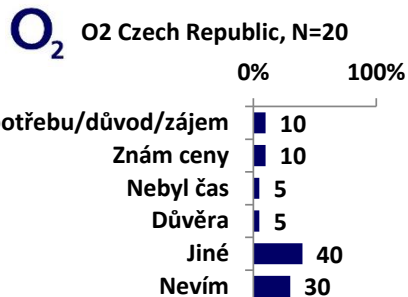
Četl(a) jste Ceník Vašeho poskytovatele?

Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele, N=různé



Z jakého důvodu jste nikdy nečetl(a) Ceník Vašeho poskytovatele?

Základ: Nečetli Ceník poskytovatele, N=různé



N/A Odpověděl 1 nebo žádný respondent

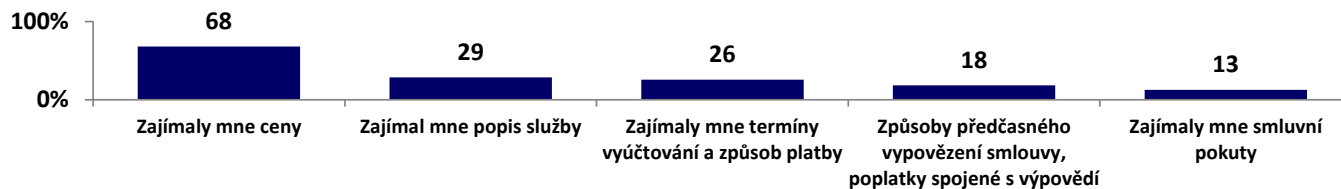
TOP 5

Z jakého důvodu jste četl(a) Ceník služeb Vašeho poskytovatele?

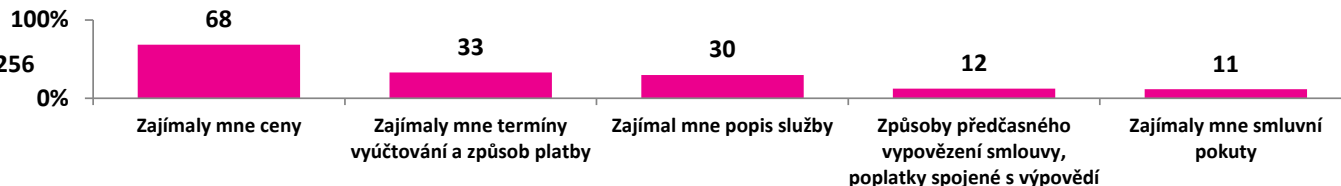
Základ: Četli Ceník poskytovatele, N=různé



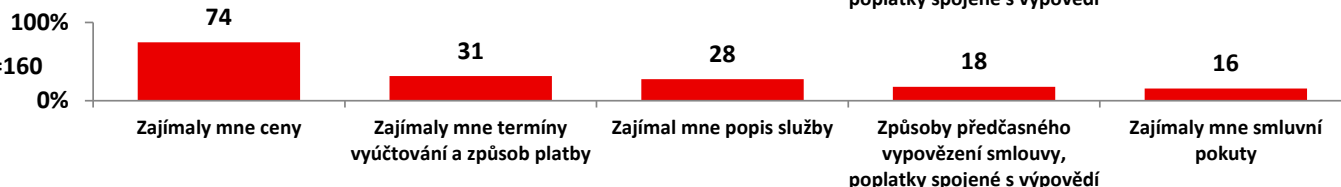
O2 Czech Republic, N=196



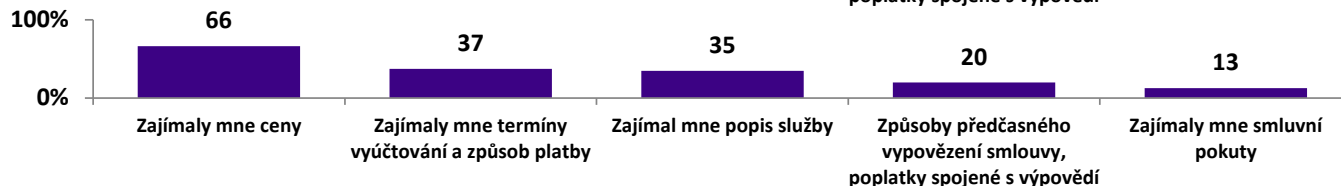
T-Mobile Czech Republic, N=256



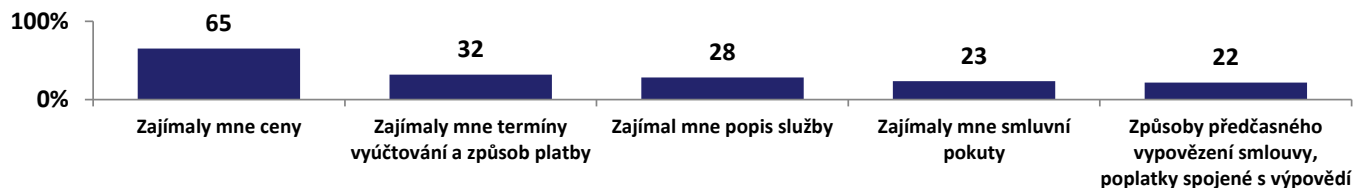
Vodafone Czech Republic, N=160



UPC Česká republika, N=110



O2 Family, N=60



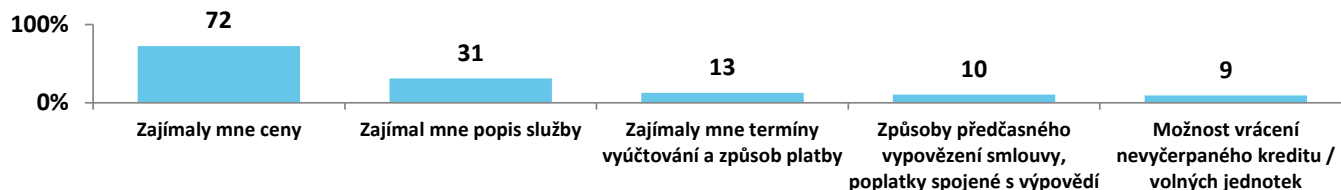
TOP 5

Z jakého důvodu jste četl(a) Ceník služeb Vašeho poskytovatele?

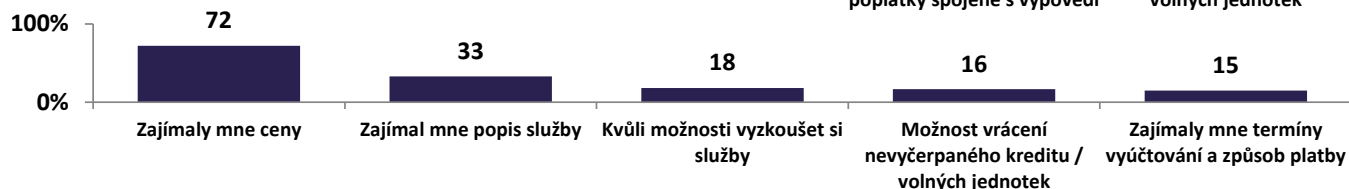
Základ: Četli Ceník poskytovatele, N=různé



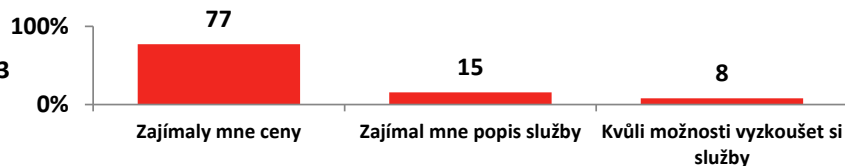
Tesco Mobile ČR, N=87



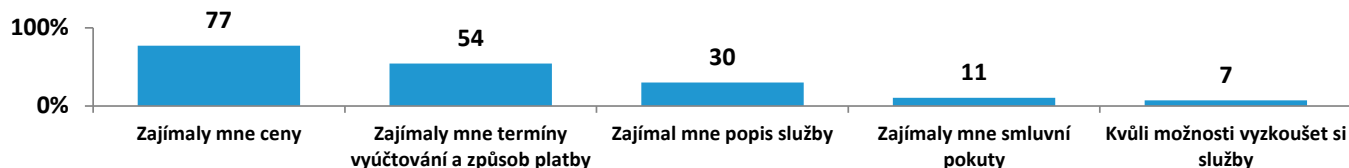
SAZKA mobil (SAZKA), N=61



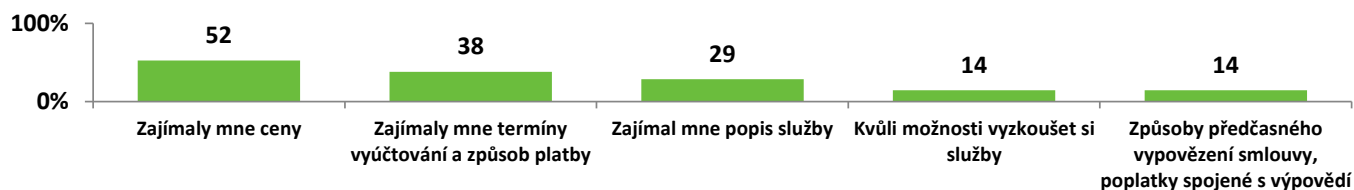
Opencall (DH Telecom), N=13



GoMobil (TERMS), N=57



Relax Mobil, N=21



Struktura smluvních dokumentů (přehlednost, srozumitelnost)

[Zpět na obsah](#)

Struktura smluvních dokumentů



Povědomí o tom, jaké dokumenty tvoří smlouvu, má jen poměrně malá část respondentů (jedná se o ty, kteří jsou za smlouvy zodpovědní). Přesnou představu má necelá třetina dotázaných.

Většina respondentů (60 %) tuší, ale přesně neví, jaké dokumenty smlouvu tvoří.

Necelá desetina přiznává, že neví, jaké dokumenty smlouvu tvoří.



Co se přehlednosti smluvních dokumentů na webu týče, považují je respondenti za vcelku přehledné, ale domnívají se, že by bylo možné je vylepšit. Lepšího hodnocení dosáhli malí poskytovatelé. Nutno podotknout, že téměř třetina respondentů dokumenty na webu vůbec nevyhledávala.



Srozumitelnost podmínek je též hodnocena vcelku dobře. Třetině dotázaných jsou podmínky zcela jasné a více než polovině (57 %) je většina jasná, jen v některých bodech si nejsou jisti. Jen 3 % dotázaných smlouvu považují za zcela nesrozumitelnou.

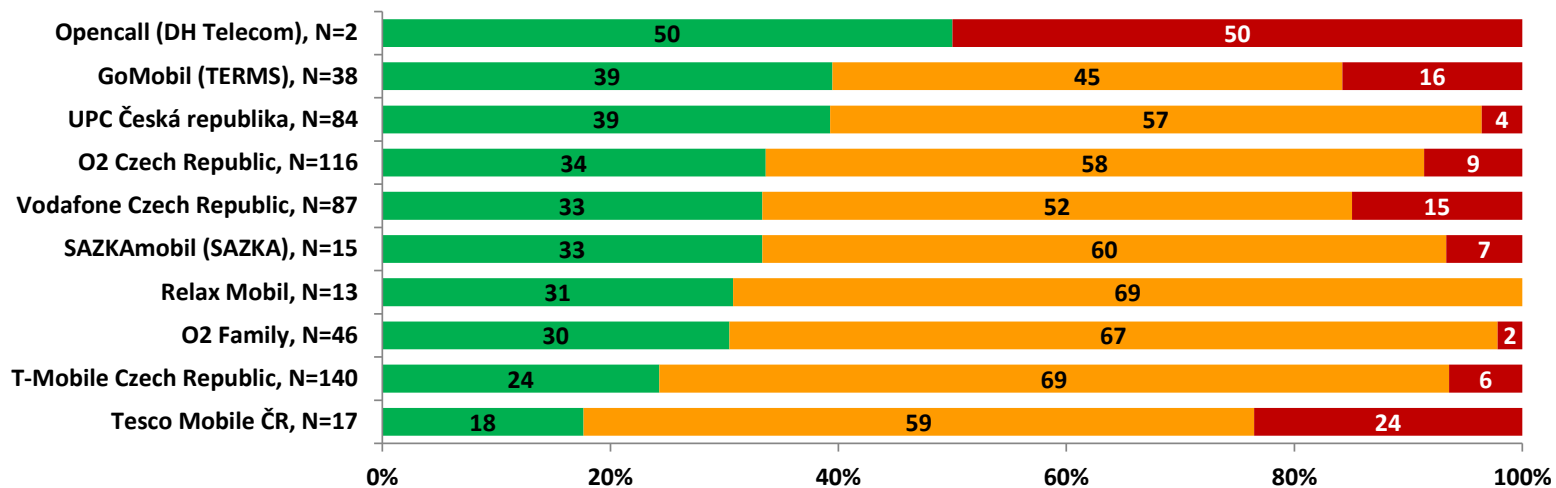
Základ: Jsou zodpovědní za podpis smlouvy u poskytovatele

Struktura smluvních dokumentů

Máte povědomí o tom, jaké dokumenty tvoří Vaši smlouvu?

Základ: Jsou zodpovědní za podpis smlouvy u poskytovatele, N=různé

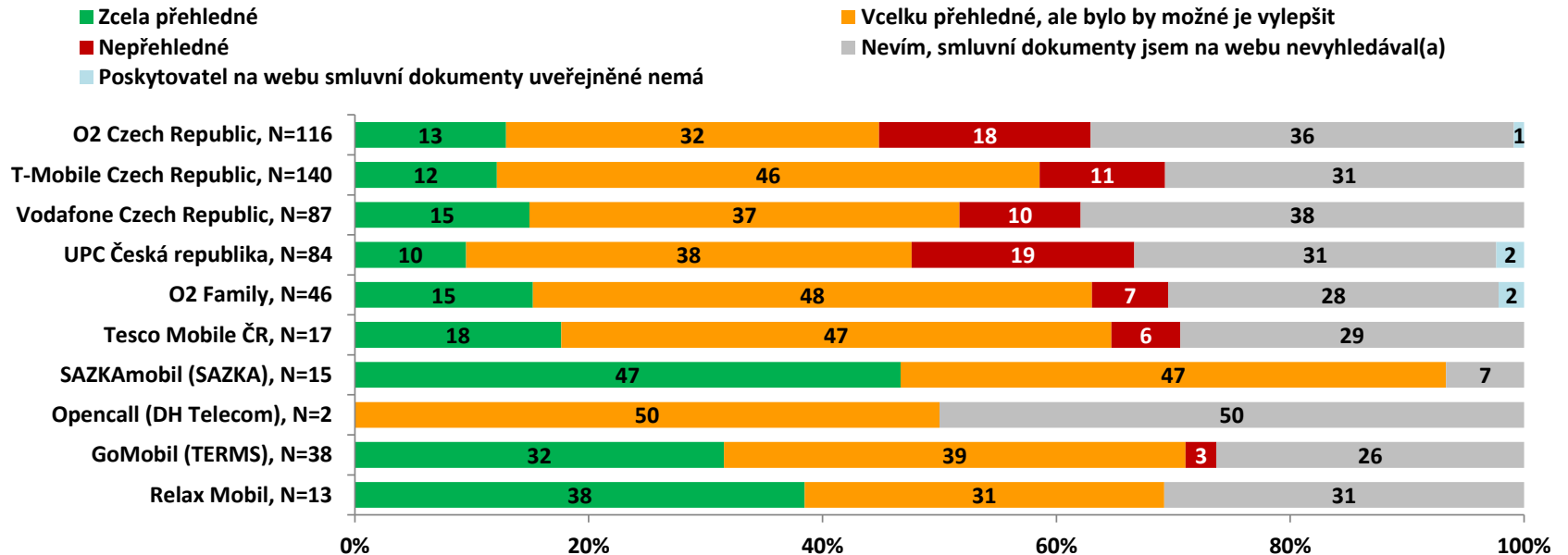
■ Ano, vím to zcela přesně ■ Tuším, ale přesně to nevím ■ Ne, nevím



Struktura smluvních dokumentů

Smluvní dokumenty Vašeho poskytovatele uveřejněné na jeho webových stránkách jsou podle Vás:

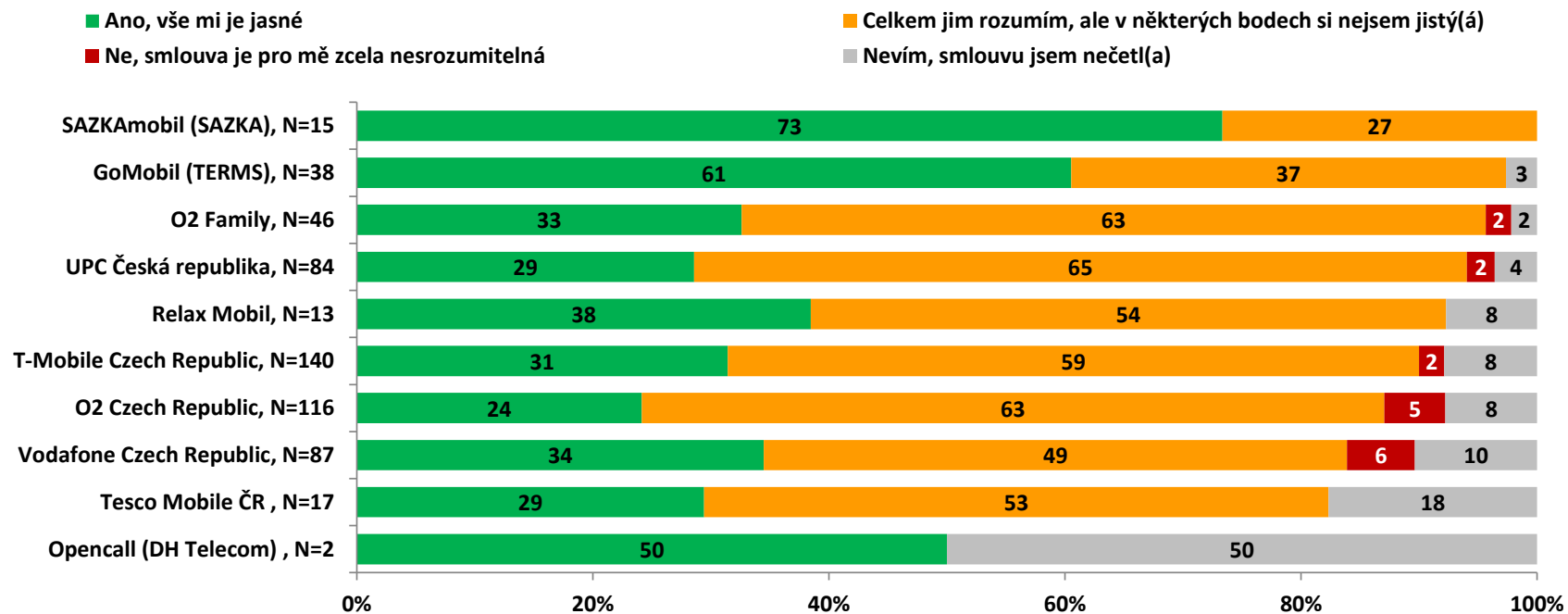
Základ: Jsou zodpovědní za podpis smlouvy u poskytovatele, N=různé



Struktura smluvních dokumentů

Rozumíte všem podmínkám Vaší smlouvy?

Základ: Jsou zodpovědní za podpis smlouvy u poskytovatele, N=různé



Sjednání smluv / prostředky komunikace na dálku a mimo prostory obvyklé k podnikání

[Zpět na obsah](#)



Nejvíce respondentů uzavřelo smlouvu osobně na pobočce / v kamenné prodejně (35 %), jen o něco méně (31 %) smlouvu uzavřelo elektronicky.

Méně častý způsob uzavření smluv je telefonický (19 %) a nejméně časté je uzavírání smluv prostřednictvím obchodního zástupce (11 %).

S velkými telefonními poskytovateli mají respondenti uzavřeny nejčastěji smlouvy na prodejně (je to dáno i historicky, většina velkých poskytovatelů má klienty po dlouhou dobu a tudíž u nich převládá způsob, který byl obvyklý dříve).

Malí a noví poskytovatelé častěji uzavírají smlouvy prostřednictvím nových způsobů.

Převážná většina těch (téměř 80 %), kteří uzavřeli smlouvu alternativním způsobem (tj. jinak než na pobočce), obdržela po uzavření smlouvy všechny smluvní dokumenty (např. Ceník, smluvní formulář, Všeobecné podmínky apod.) i v papírové formě či do emailové schránky.

Více než polovina těch, kteří uzavřeli smlouvu jinak než na pobočce po podpisu smlouvy neobdržela formulář pro odstoupení od smlouvy, dalších 39 % neví, jestli tento formulář obdrželo, a jen 6 % formulář obdrželo.

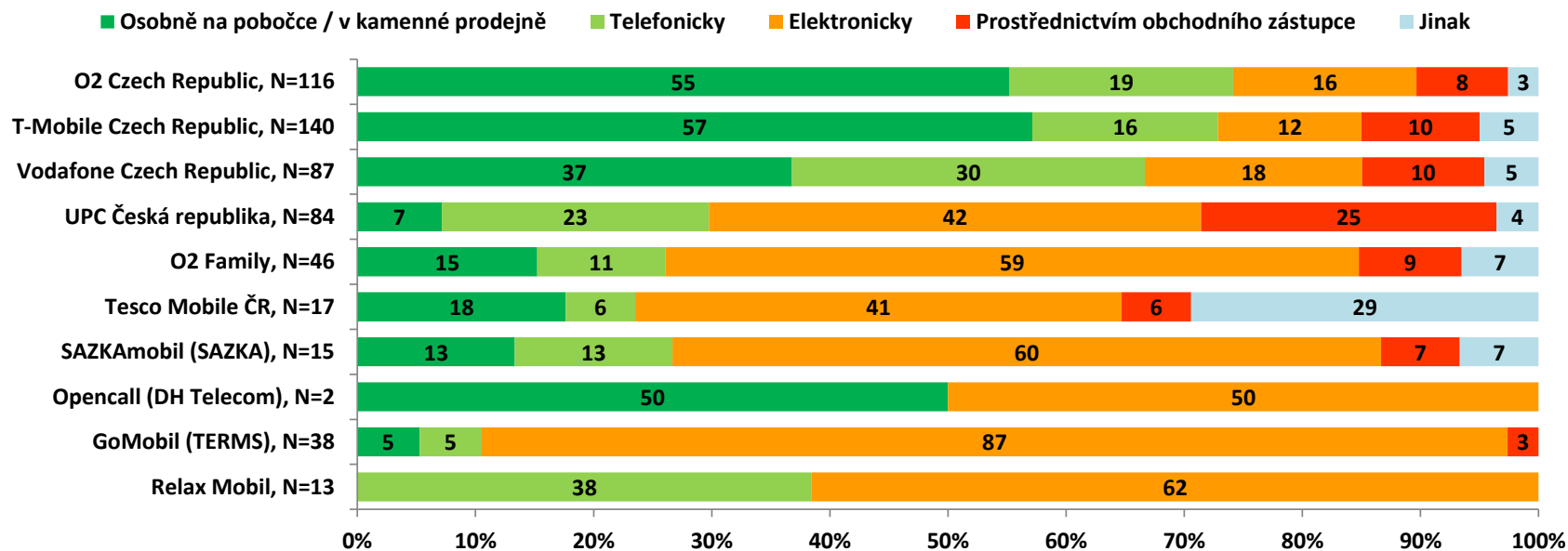
Téměř polovina respondentů neví, jestli měla možnost do 14 dnů po podpisu smlouvy alternativním způsobem od této smlouvy odstoupit. Skoro stejné množství dotázaných se domnívá, že tuto možnost mělo. Jen 9 % ji podle svého vyjádření nemělo.

V případě podpisu smluv jinak než na pobočce se jedná o malé počty respondentů, proto je nutné brát závěry jen jako orientační.

Základ: Jsou zodpovědní za podpis smlouvy u poskytovatele

Jakým způsobem jste smlouvu s Vaším poskytovatelem uzavřel(a)?

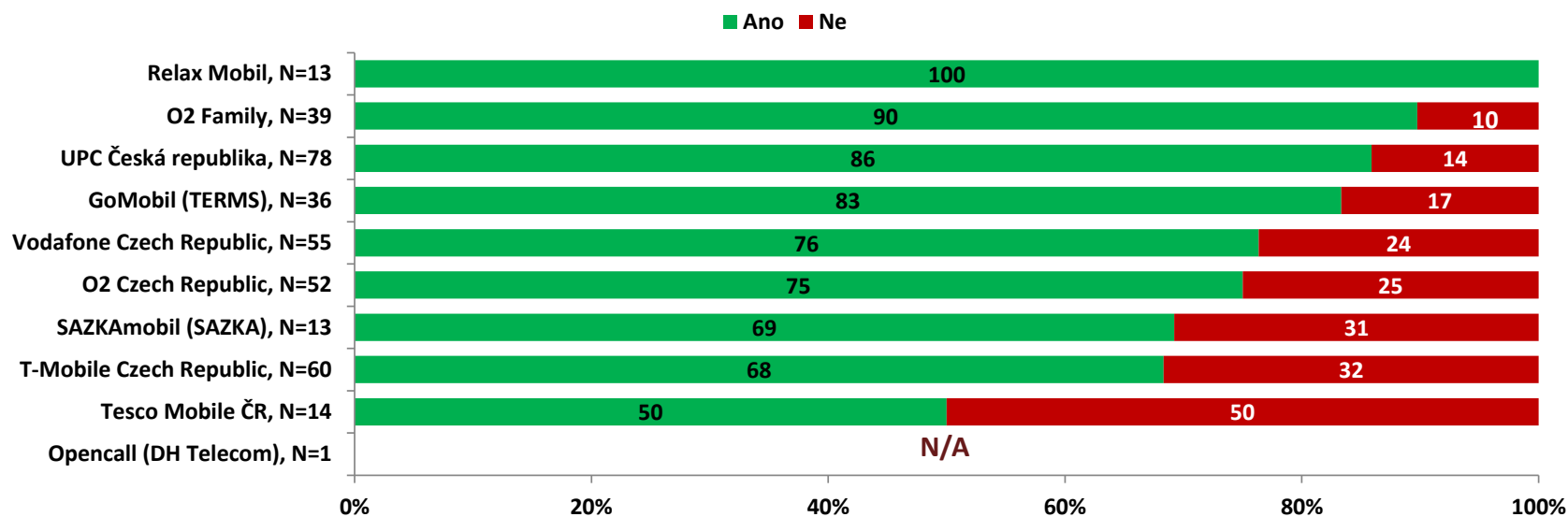
Základ: Jsou zodpovědní za podpis smlouvy u poskytovatele, N=různé



Sjednání smluv / prostředky komunikace

Obdržel(a) jste po uzavření smlouvy všechny smluvní dokumenty (např. ceník, smluvní formulář, všeobecné podmínky apod.) i v papírové formě či do emailové schránky?

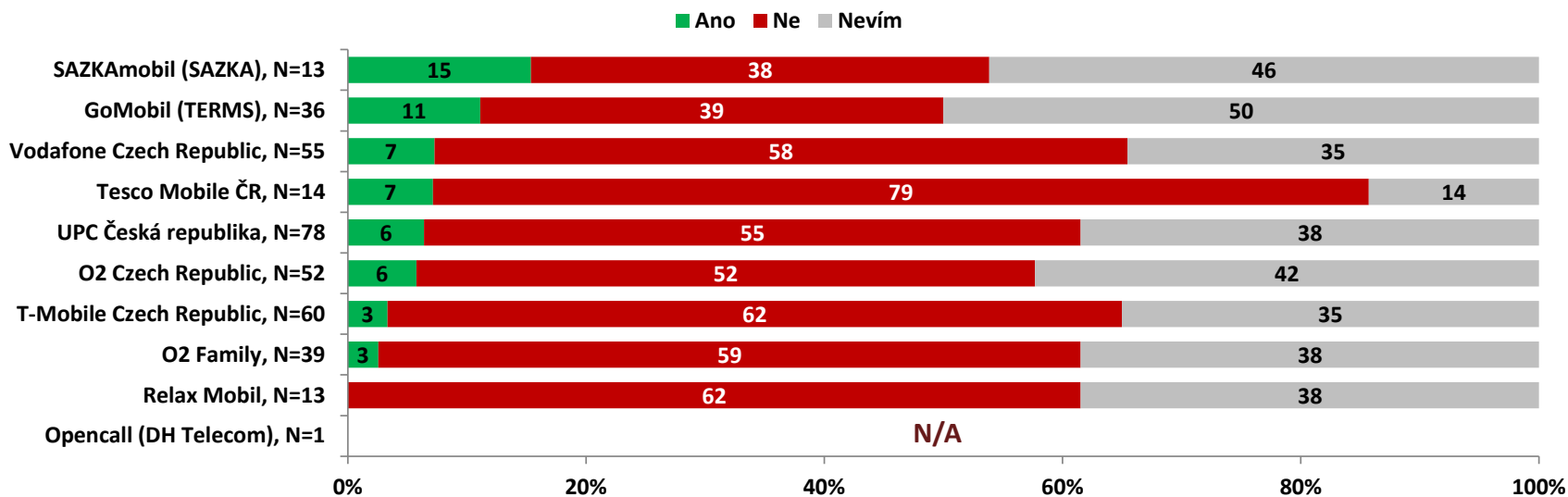
Základ: Uzavřeli smlouvu jiným způsobem než osobně na pobočce / v kamenné prodejně, N=různé



N/A Odpověděl 1 nebo žádný respondent.

Obdržel(a) jste formulář pro odstoupení od smlouvy?

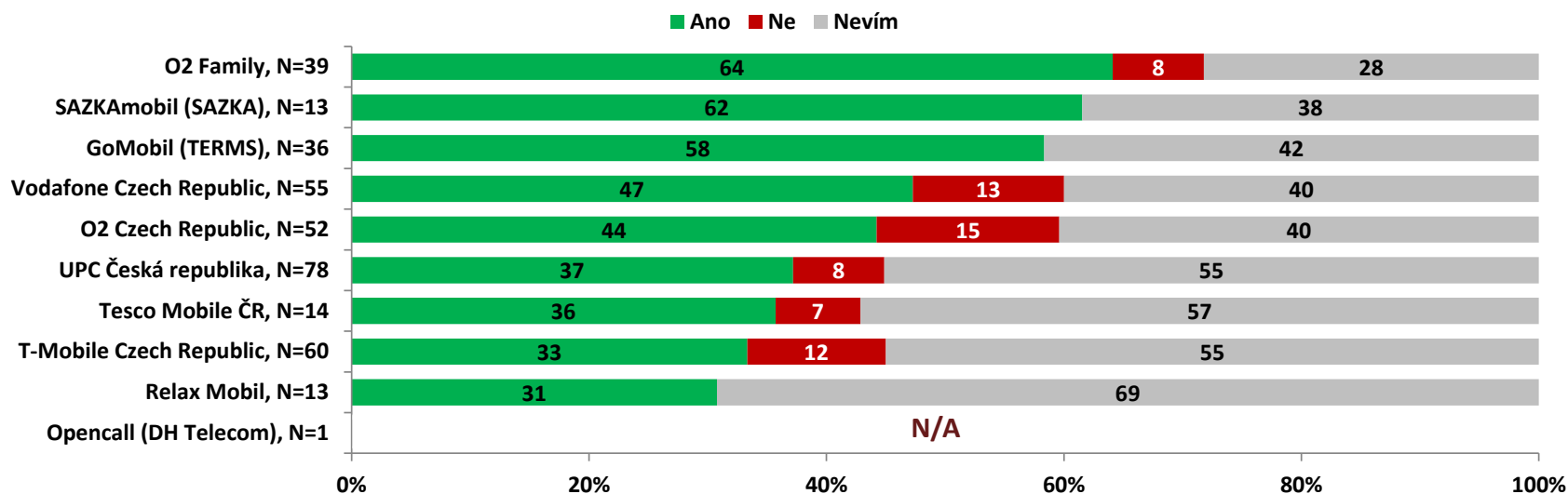
Základ: Uzavřeli smlouvu jiným způsobem než osobně na pobočce / v kamenné prodejně, N=různé



N/A Odpověděl 1 nebo žádný respondent.

Měl(a) jste/máte možnost do 14 dnů od uzavření smlouvy od této smlouvy bez udání důvodu odstoupit?

Základ: Uzavřeli smlouvu jiným způsobem než osobně na pobočce / v kamenné prodejně, N=různé



N/A Odpověděl 1 nebo žádný respondent.

Možnost vyzkoušení služby

[Zpět na obsah](#)

Možnost vyzkoušení služby



60 % respondentů neví, zda poskytovatel služeb, kterého využívají, nabízí možnost v určitém vymezeném časovém období službu bezplatně ukončit v případě, kdyby jim tato služba nevyhovovala. 30 % o tom ví a 10 % ví, že jejich poskytovatel tuto možnost nenabízí.

Téměř všem (93 %), kteří jsou buď zodpovědní za podpis smluv, placení faktur či dobíjení kreditu, by se možnost bezplatného ukončení služby líbila.

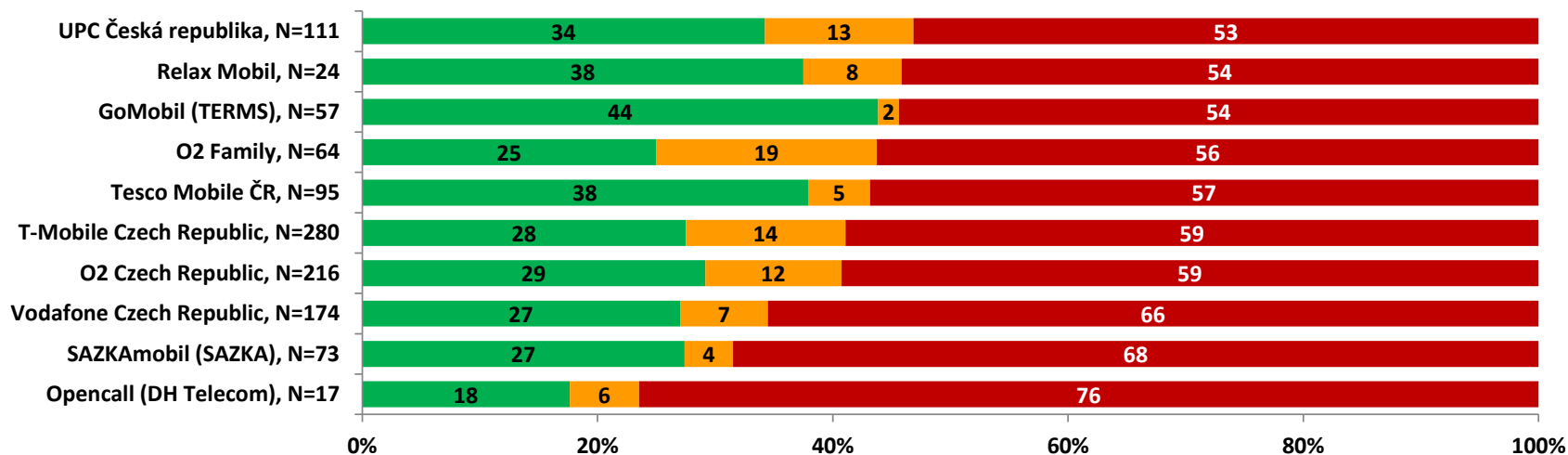
Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele

Možnost vyzkoušení služby

Víte, zda Váš poskytovatel nabízí možnost v určitém vymezeném časovém období službu bezplatně ukončit v případě, kdyby Vám nevyhovovala?

Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele, N=různé

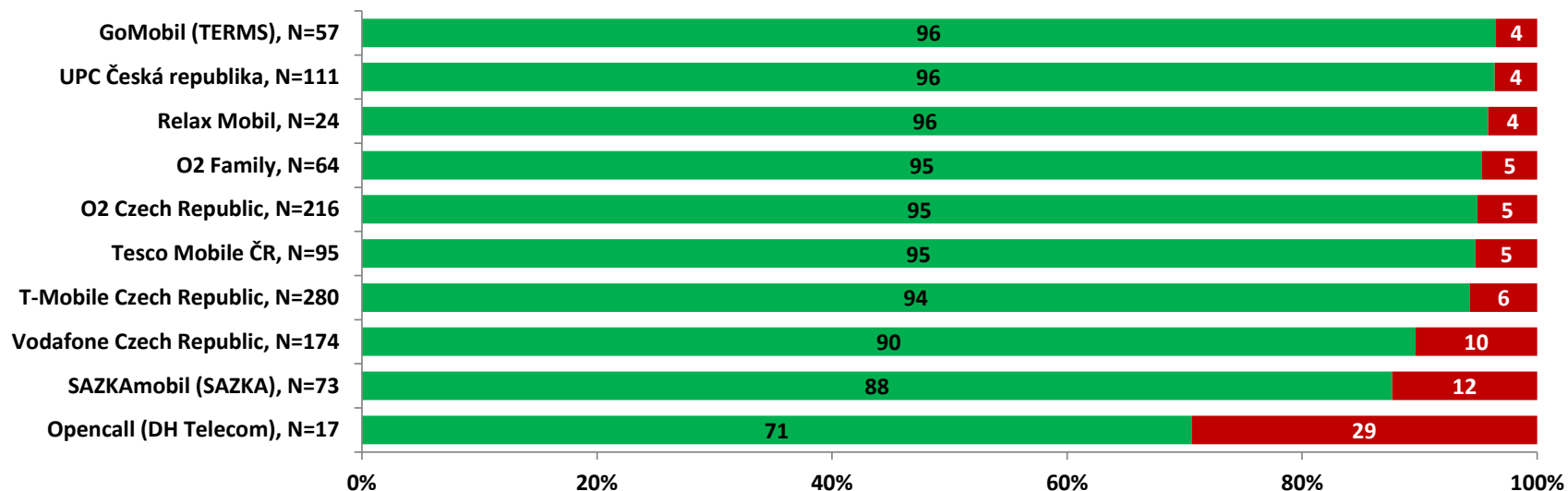
■ Ano, vím, poskytovatel tuto službu nabízí ■ Ano, vím, poskytovatel tuto službu nenabízí ■ Ne, nevím



Ocenil(a) byste, kdyby Váš poskytovatel nabízel možnost v určitém časovém rozmezí bezplatně smlouvu ukončit, pokud by Vám nevyhovovala?

Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele, N=různé

■ Ano ■ Ne



Popis služby (minimální nabízená a minimální zaručená kvalita služby)

[Zpět na obsah](#)

Popis služby



Více než polovina dotázaných ví, jakou kvalitu služeb jejich poskytovatel telekomunikačních služeb nabízí. Zbývající necelá polovina to neví – ovšem u uživatelů pouze telefonických služeb (bez využívání například datových služeb) se kvalita služeb definuje poměrně obtížně. I proto jsou uživatelé UPC s nabízenou kvalitou služeb seznámeni ze všech klientů nejvíce.

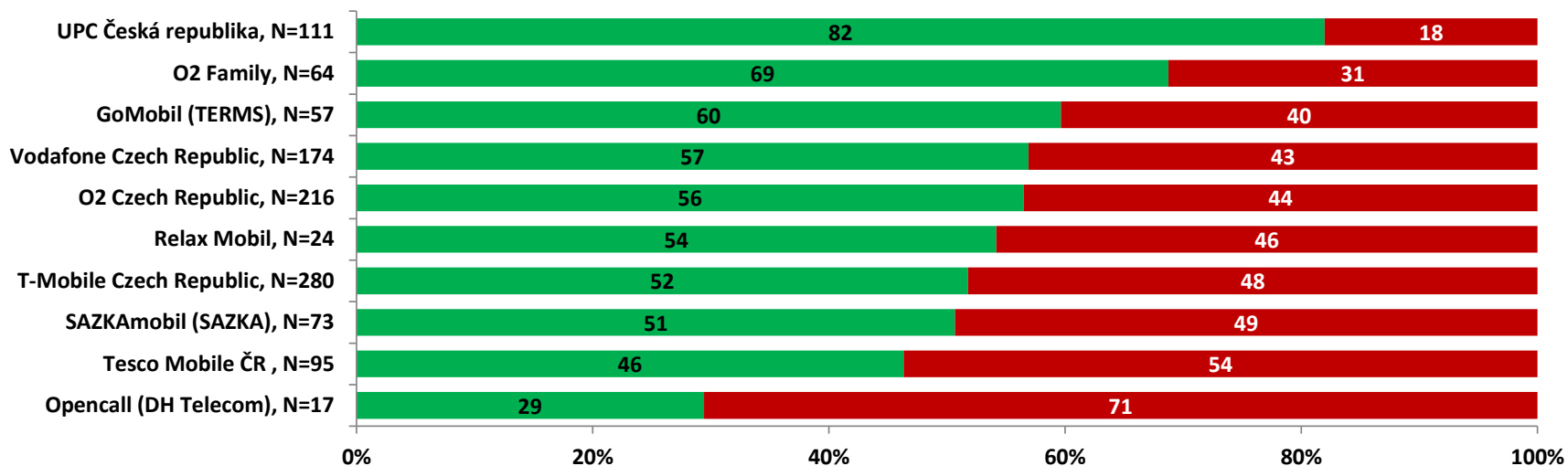
Ti, kteří využívají služeb prezentovaných jako „neomezené“, se ve třetině případů setkali s omezením této „neomezené“ služby. Nejčastěji se jednalo o klienty O2 a Vodafone. Avšak i u těch převažovali ti, kterým se to nestalo.

Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele

Víte, jakou kvalitu služeb Váš poskytovatel nabízí (například rychlost přenosu dat)?

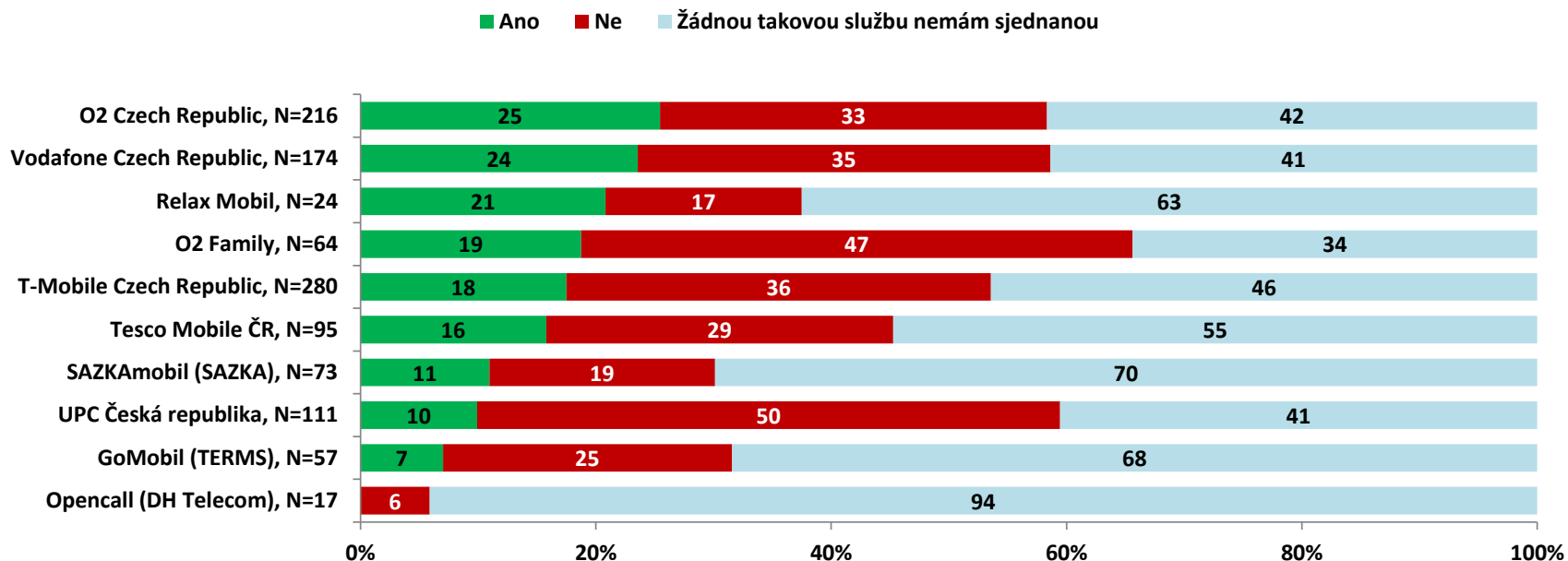
Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele, N=různé

■ Ano, vím ■ Ne, nevím



V případě, že využíváte službu, která je prezentována jako „neomezená“, stalo se Vám, že jste v jejím užívání byl(a) omezen(a) (například jste přečerpal(a) určitý objem dat)?

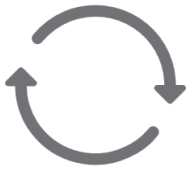
Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele, N=různé



Automatické prodlužování smluv

[Zpět na obsah](#)

Automatické prodloužování smluv



Nejčastějším typem uzavřených smluv jsou smlouvy na dobu neurčitou (35 %) a na dobu určitou s automatickým prodloužením smlouvy za stávajících podmínek, pokud se smlouva do určitého data nevypoví (35 %). Méně obvyklým typem jsou smlouvy na dobu určitou s nutností do určitého data požádat o prodloužení (14 %). Nejméně obvyklé jsou smlouvy na dobu určitou, po jejichž vypršení je nutné podepsat smlouvu novou (6 %).

Automatické prodloužování smluv na dobu určitou nejvíce využívají zavedení a velcí poskytovatelé. Malí více využívají smluv na dobu neurčitou.

Ti, kteří mají smlouvu uzavřenu na dobu určitou s automatickým prodloužením, jsou ve většině případů na prodloužení smlouvy upozorněni předem.

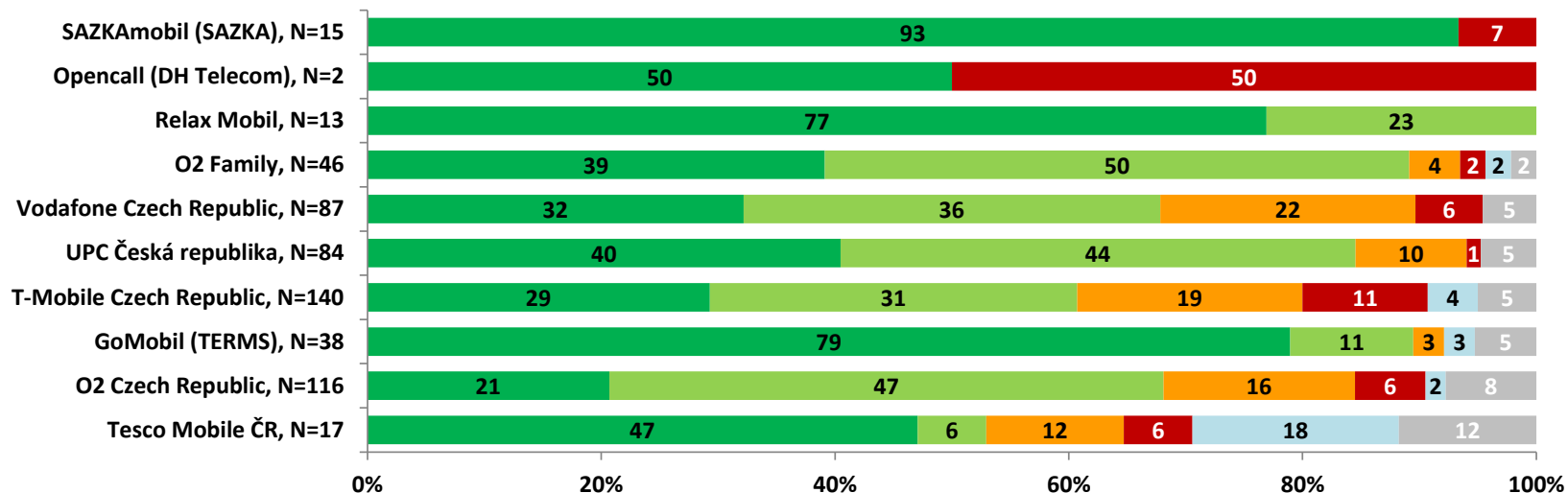
Základ: Jsou zodpovědní za podpis smlouvy u poskytovatele

Automatické prodlužování smluv

Na jakou dobu máte smlouvu uzavřenu?

Základ: Jsou zodpovědní za podpis smlouvy u poskytovatele, N=různé

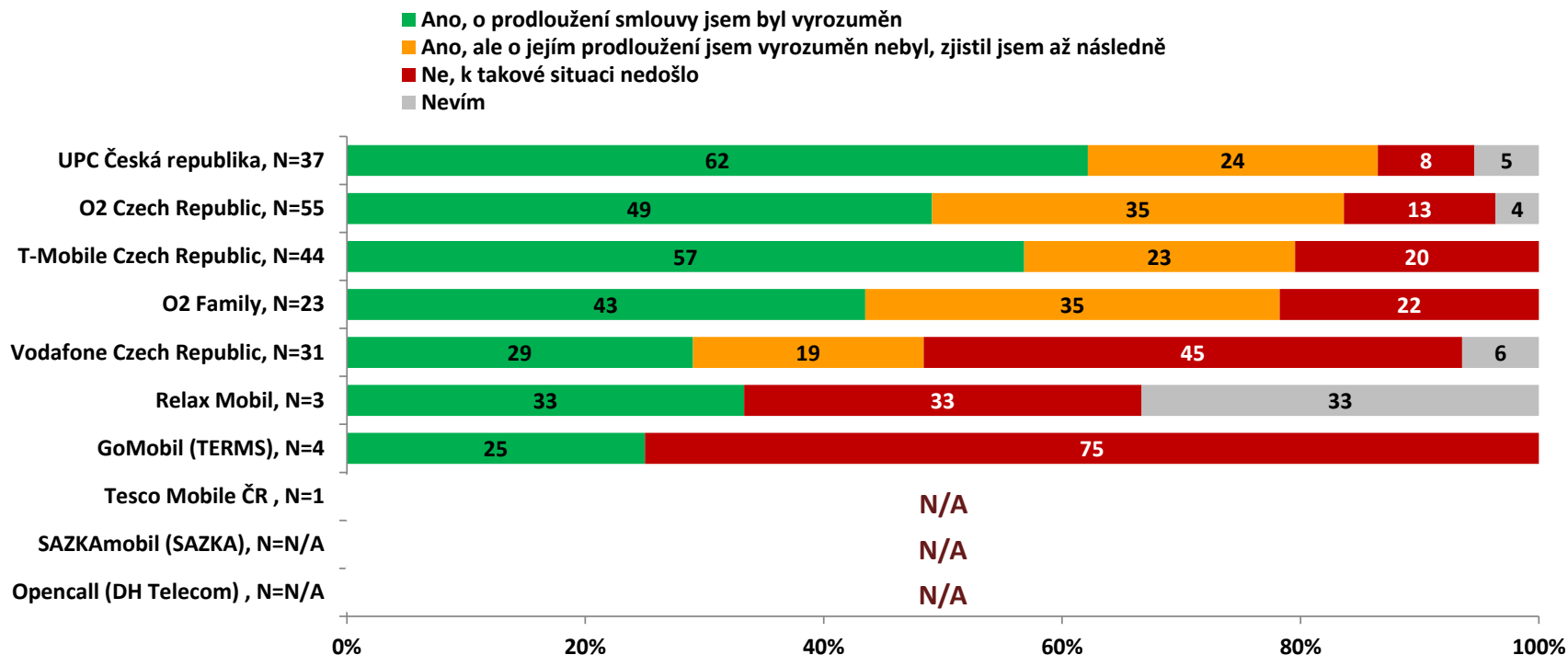
- Na dobu neurčitou
- Na dobu určitou s automatickým prodloužením smlouvy za stávajících podmínek, pokud smlouvu do určitého data nevypravím
- Na dobu určitou s možností prodloužení, pokud do určitého data o prodloužení zažádám
- Na dobu určitou, po jejímž vypršení je nutné podepsat smlouvu novou
- Jinak
- Nevím



Automatické prodloužení smluv

Došlo ve Vašem případě k automatickému prodloužení smlouvy?

Základ: Mají uzavřenou smlouvu na dobu určitou s automatickým prodloužením , N=různé



N/A Odpověděl 1 nebo žádný respondent.

Informace o termínech a způsobu vyúčtování

[Zpět na obsah](#)

Informace o termínech a způsobu vyúčtování



Nejvíce respondentů dostává od svého poskytovatele telekomunikačních služeb vyúčtování formou elektronické faktury, kterou dostávají emailem. Tento způsob deklaruje 71 % respondentů. Daleko za touto formou zaostávají další způsoby: sms vyúčtování (20 %) a vyzvedávání vyúčtování na internetu (16 %). Nejméně častými způsoby jsou pošta (7 %) a vyzvedávání si / sledování vyúčtování ve speciální aplikaci v mobilu.

5 % dotázaných deklaruje, že od svého poskytovatele vyúčtování nedostává.

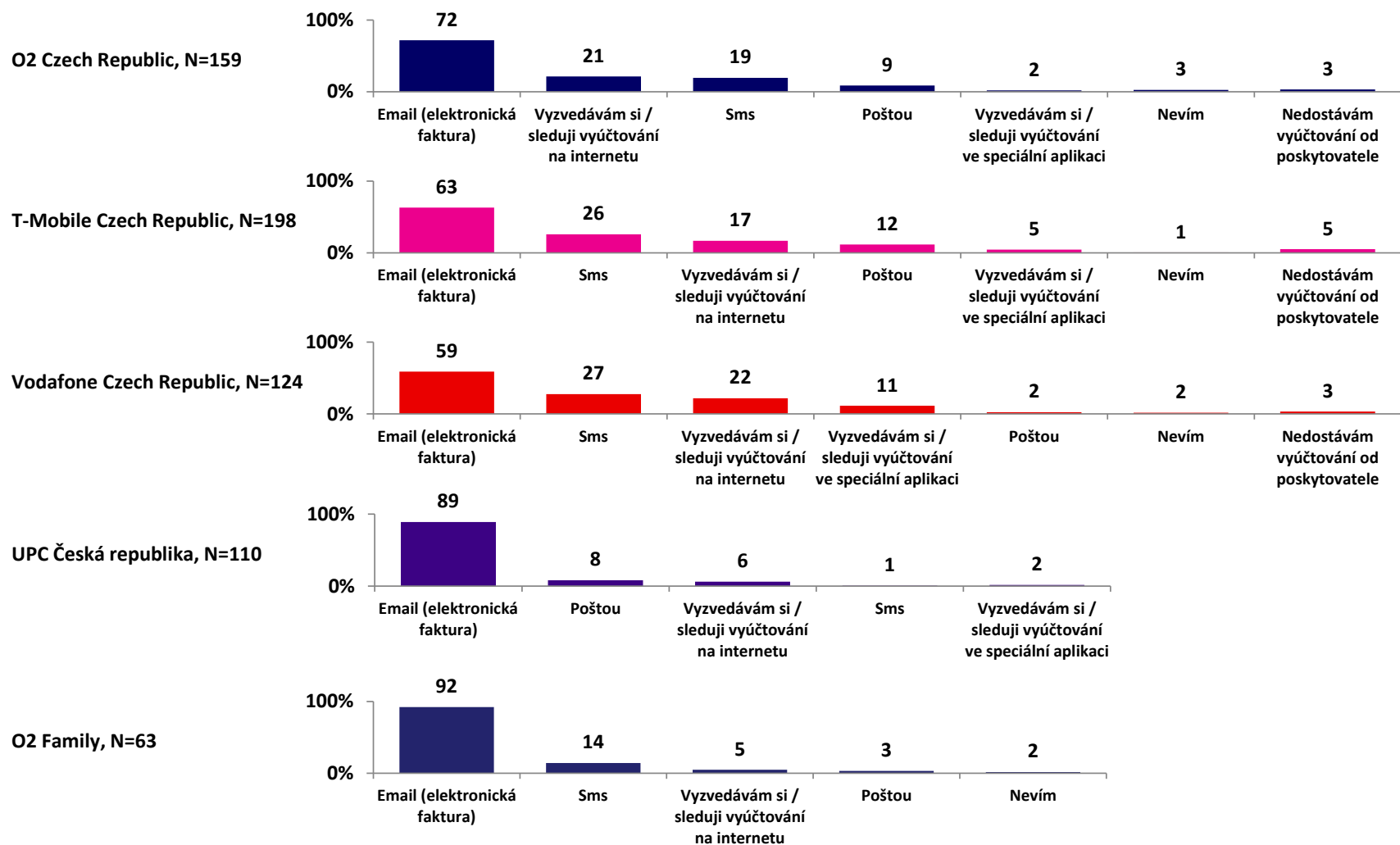
Ti, kteří vyúčtování dostávají, si jej v drtivé většině (87 %) pravidelně kontrolují a dobu splatnosti považují za dostatečně dlouhou, a mají tudíž čas na jeho zaplacení (to uvedlo 86 %).

Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy u poskytovatele

Informace o termínech a způsobu vyúčtování

Jakou formou dostáváte vyúčtování od poskytovatele?

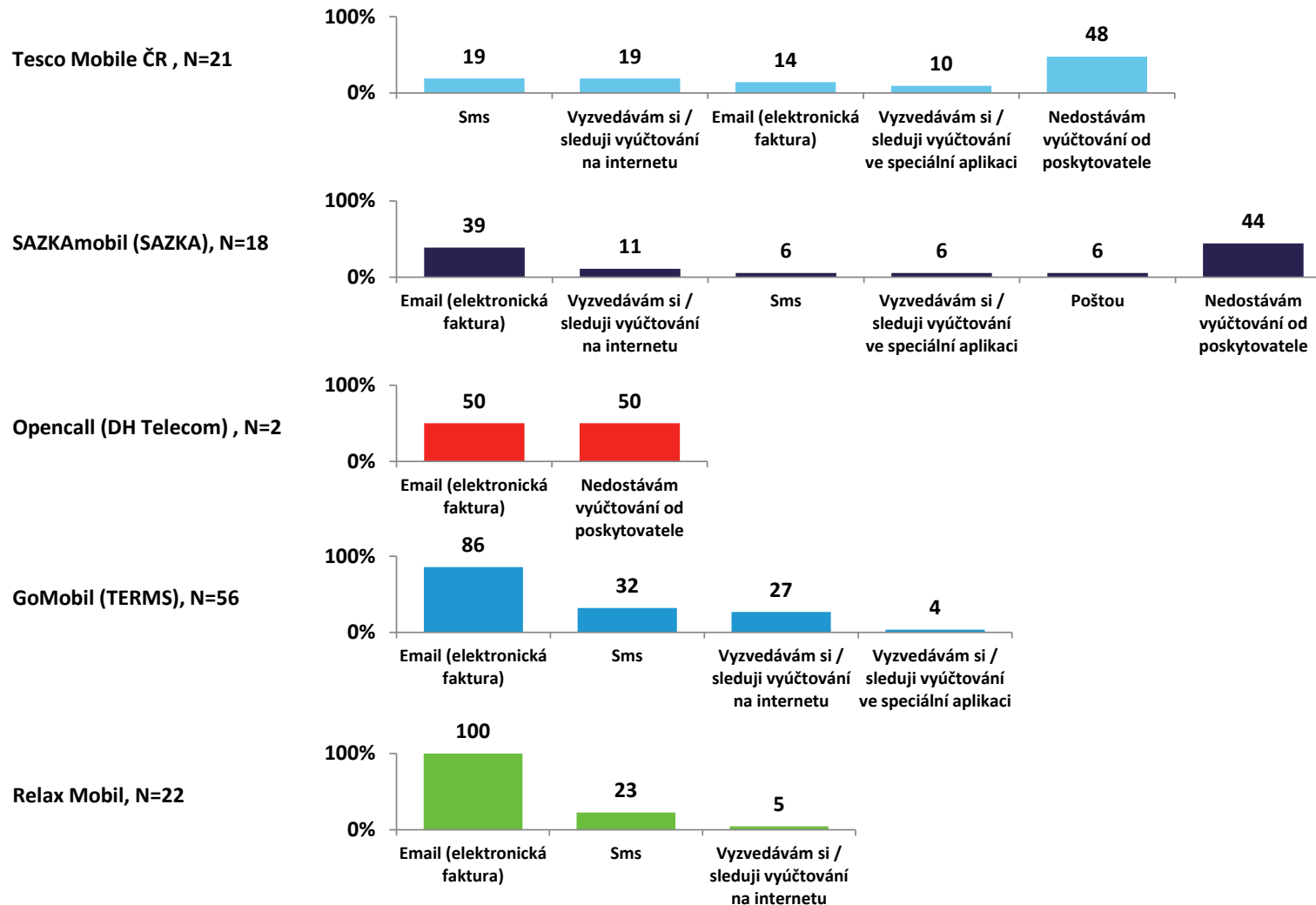
Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy u poskytovatele, N=různé



Informace o termínech a způsobu vyúčtování

Jakou formou dostáváte vyúčtování od poskytovatele?

Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy u poskytovatele, N=různé

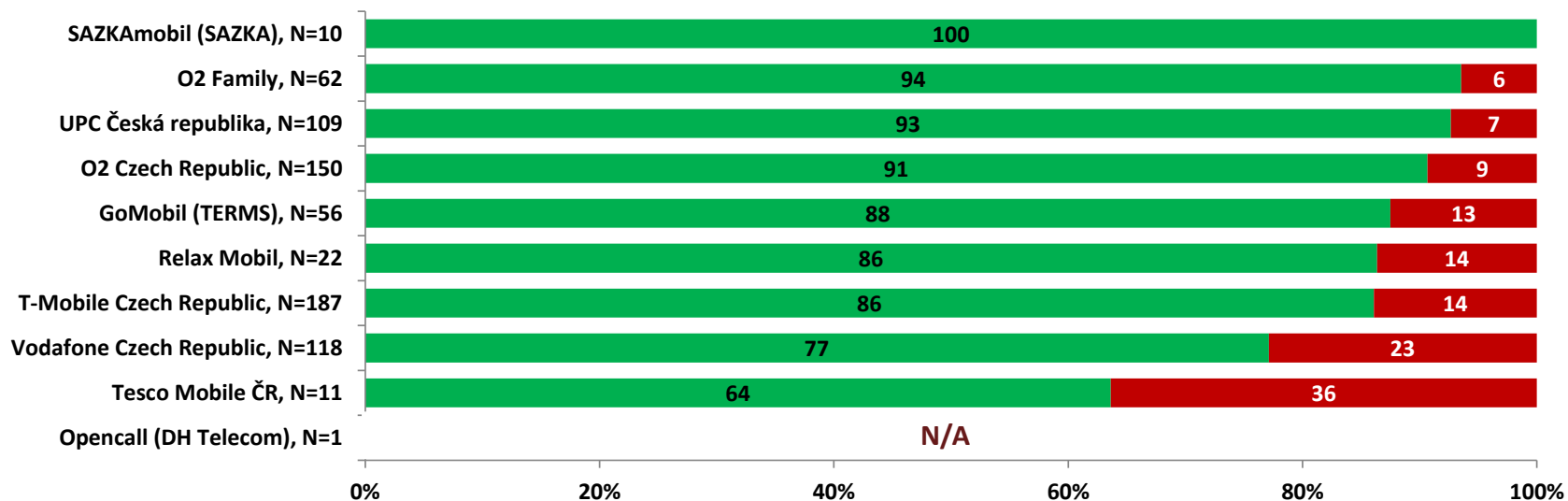


Informace o termínech a způsobu vyúčtování

Kontrolujete pravidelně své vyúčtování?

Základ: Dostávají vyúčtování od poskytovatele, N=různé

■ Ano ■ Ne



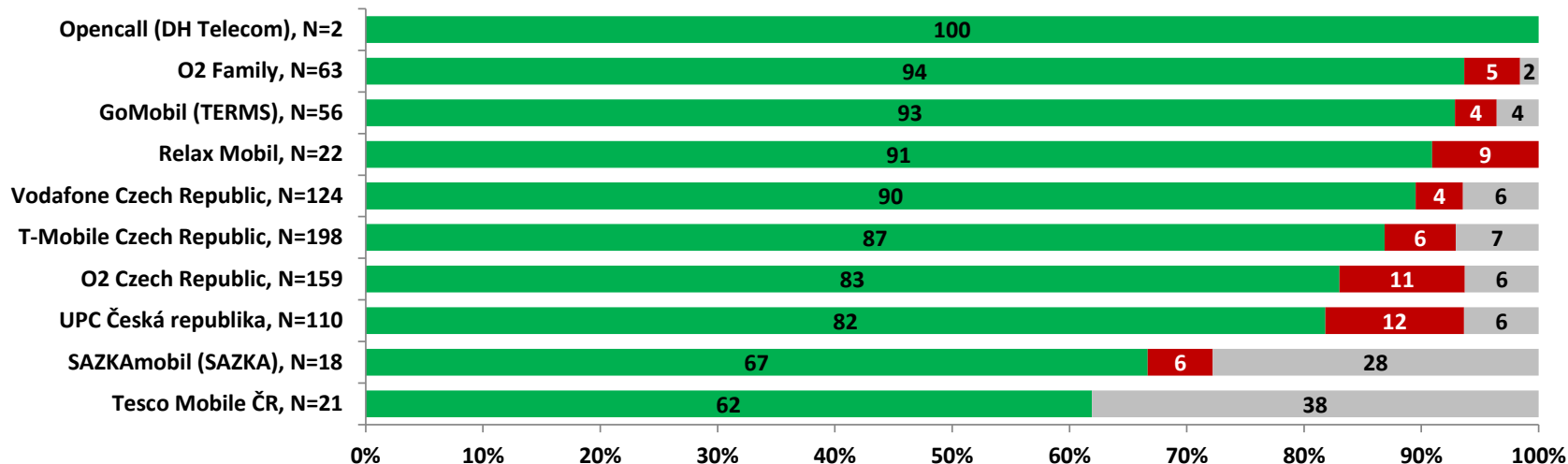
N/A Odpověděl 1 nebo žádný respondent.

Informace o termínech a způsobu vyúčtování

Považujete dobu splatnosti vyúčtování tak, jak je Vaším poskytovatelem nastavena, za dostatečně dlouhou?

Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy u poskytovatele, N=různé

■ Ano, na úhradu vyúčtování mám po jeho doručení dostatečně dlouhou dobu ■ Ne, na úhradu vyúčtování mám krátkou dobu ■ Nevím



Vrácení nevyčerpaného kreditu u předplacených služeb

[Zpět na obsah](#)

Vrácení nevyčerpaného kreditu



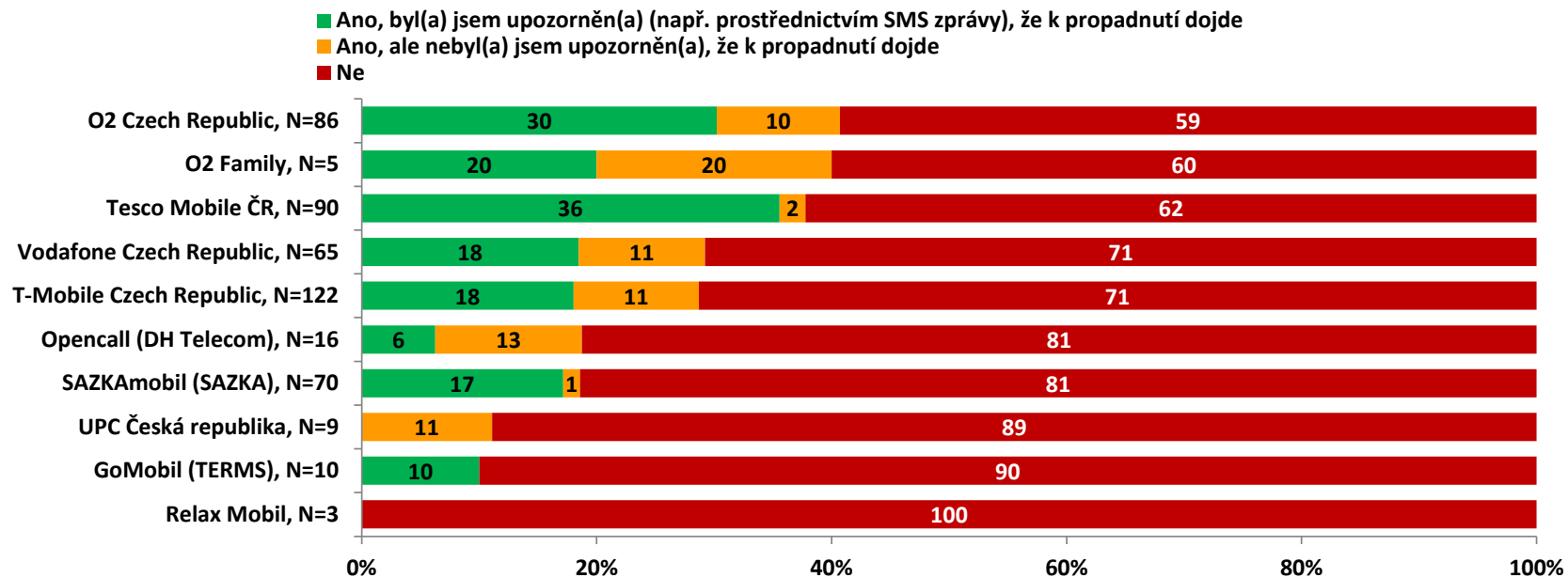
Převážné většině těch, kteří jsou zodpovědní za dobíjení kreditu v případě předplacených služeb, se nestalo, že by došlo k propadnutí kreditu. Takto odpovědělo 70 % respondentů. Pokud k propadnutí přece jen došlo, tak na to byli předem upozorněni. Tato situace se stala 22 % dotázaných. Jen 8 % uvedlo, že jim kredit propadl, aniž by na to byli upozorněni. Proto ani převážná většina dotázaných nemusela řešit situaci s navrácením propadlého kreditu (71 % respondentů). Pokud už taková situace nastala, tak jim většinou kredit navrácen nebyl. Vzhledem k nízké zkušenosti s propadlým kreditem není překvapivé, že polovina dotázaných (52 %) neví o možnosti proplacení propadlého kreditu. Dalších 43 % této možnosti nevyužilo (ale vědí o ní) a jen 5 % této možnosti (nechat si propadlý kredit proplatit) někdy využilo.

Základ: Jsou zodpovědní za dobíjení kreditu u poskytovatele

Vrácení nevyčerpaného kreditu

Došlo ve Vašem případě někdy k propadnutí kreditu?

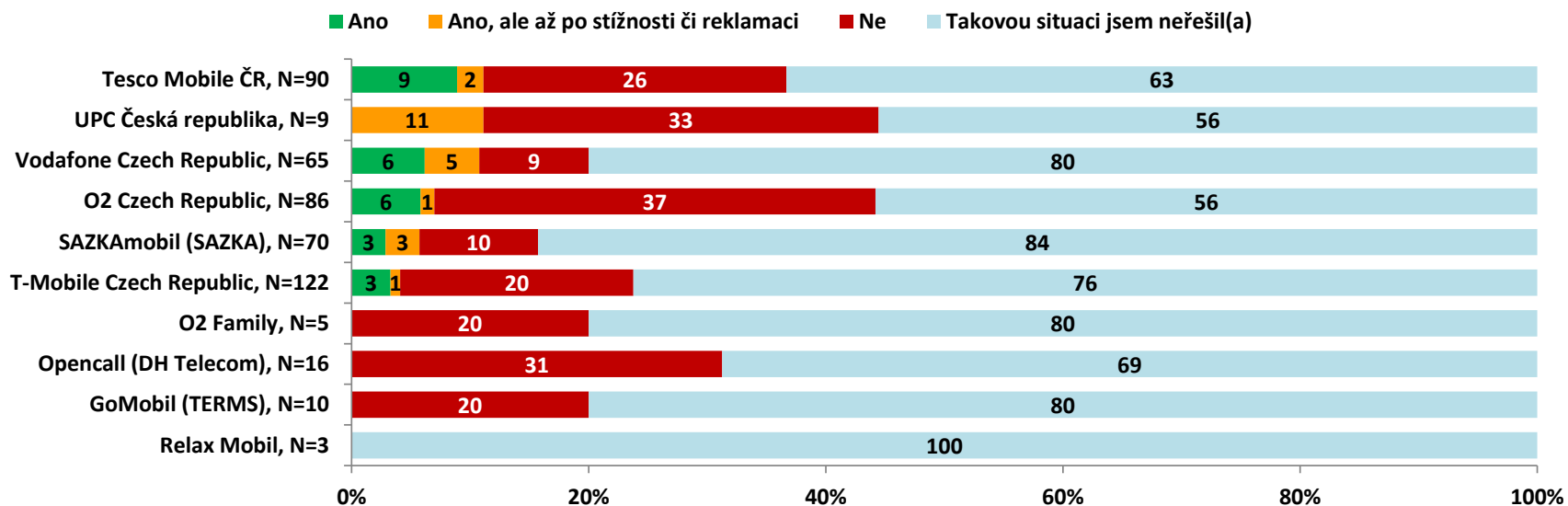
Základ: Jsou zodpovědní za dobíjení kreditu u poskytovatele, N=různé



Vrácení nevyčerpaného kreditu

Byl Vám poskytovatelem služeb kredit vrácen, pokud nedošlo k jeho vyčerpání v době jeho platnosti?

Základ: Jsou zodpovědní za dobíjení kreditu u poskytovatele, N=různé

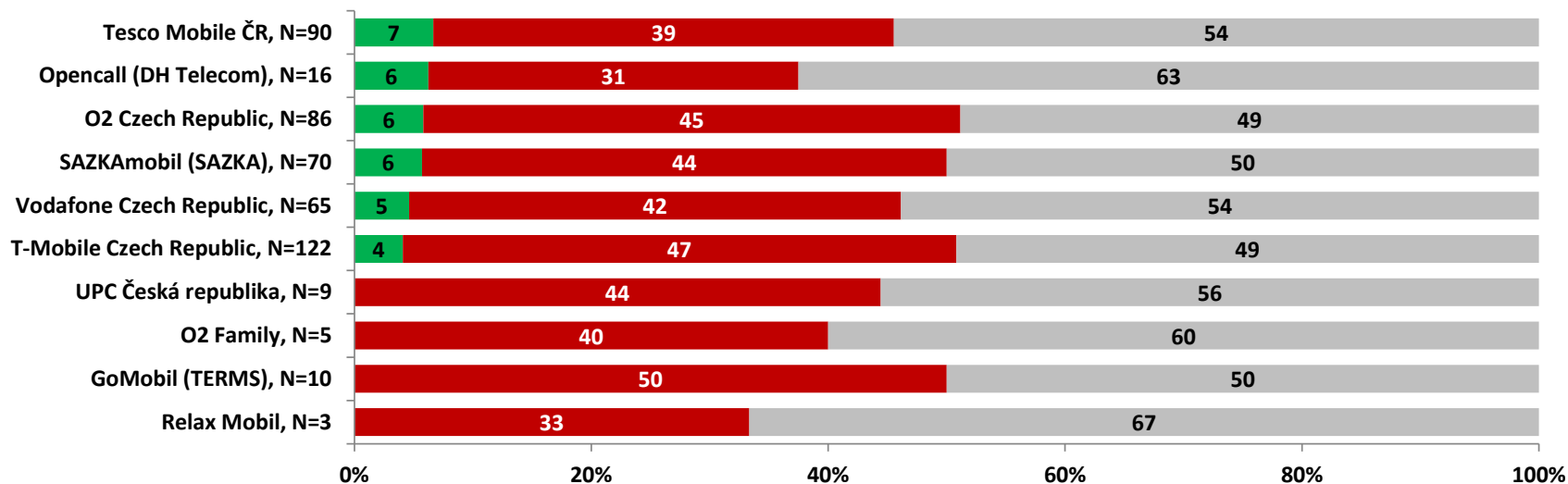


Vrácení nevyčerpaného kreditu

Využil(a) jste někdy služeb proplacení kreditu?

Základ: Jsou zodpovědní za dobíjení kreditu u poskytovatele, N=různé

■ Ano ■ Ne ■ Nevím o této možnosti



Převod a čerpání volných jednotek

[Zpět na obsah](#)

Převod a čerpání volných jednotek



Volné jednotky má jako součást využívaných služeb téměř polovina dotázaných (49 %), téměř dvě pětiny (39 %) je nemají a 12 % to neví. Mezi zákazníky SAZKAmobilu je nejvyšší podíl těch, kteří nevědí, zda jsou tzv. volné jednotky součástí jimi využívaných služeb u tohoto poskytovatele.

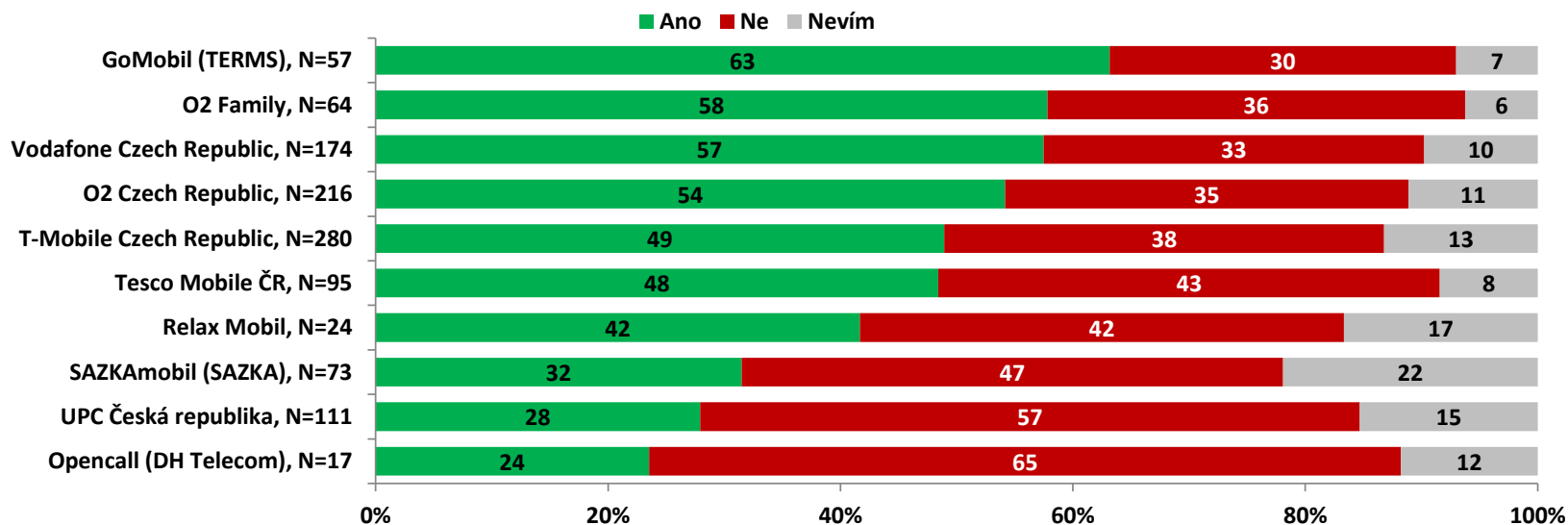
Podle vyjádření téměř poloviny respondentů (těch, kteří využívají volné jednotky jako součást služeb poskytovatele) nelze nevyužité volné jednotky převádět. 17 % neví, zda jednotky lze nebo nelze převádět, stejné množství se domnívá, že je lze bez omezení převádět do dalšího období (větší podíl takto smýšlejících respondentů je mezi zákazníky Vodafonu a T-Mobilu).

Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele

Převod a čerpání volných jednotek

Jsou součástí Vámi využívaných služeb poskytovatele i tzv. volné jednotky (například volné minuty či volná data)?

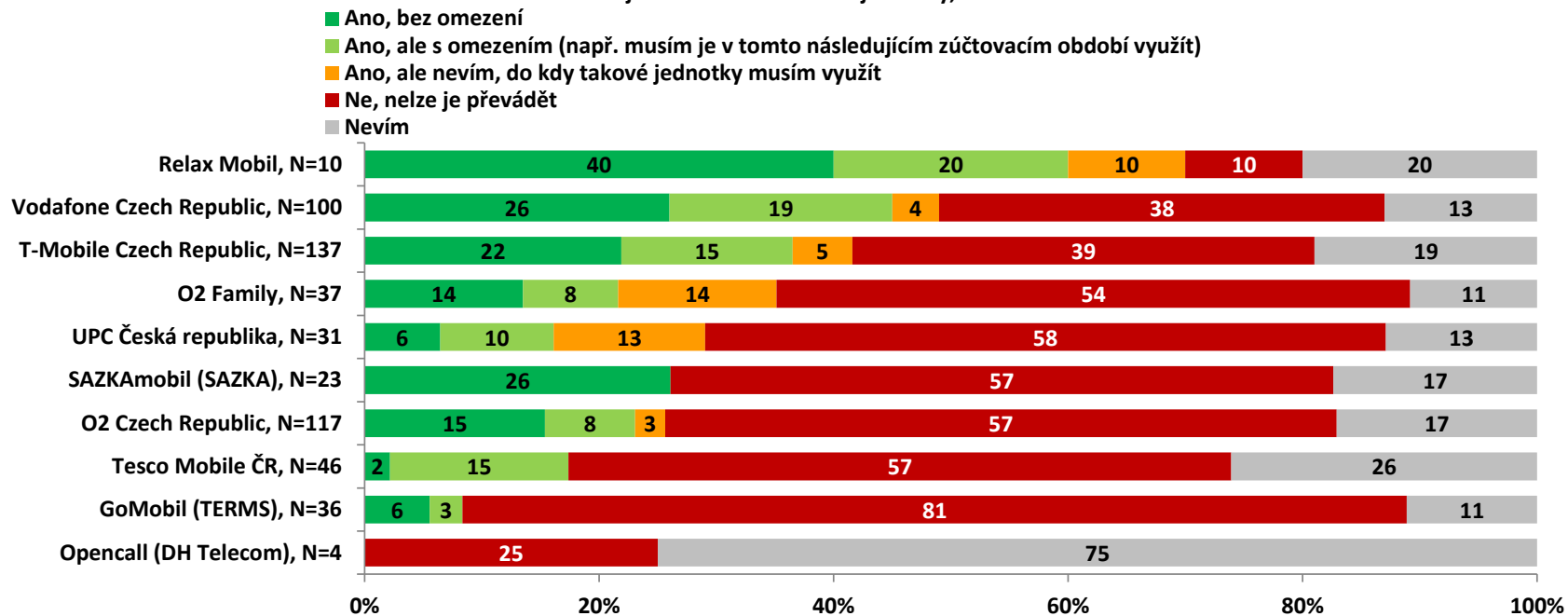
Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele, N=různé



Převod a čerpání volných jednotek

Převádí Vám Váš poskytovatel volné jednotky v případě, že nejsou v rámci Vašeho zúčtovacího období využity, do dalšího zúčtovacího období?

Základ: Mají součástí služeb volné jednotky, N=různé



Smluvní pokuty

[Zpět na obsah](#)



Respondenti zodpovědní za podpis smlouvy příliš nevědí, jaké smluvní pokuty je po nich poskytovatel oprávněn požadovat. Celá polovina dotázaných uvedla, že přibližně tuší, a že kdyby taková situace nastala, podívali by se do smlouvy. Třetina přiznává, že to neví (34 %) a jen 15 % uvedlo, že ví, jaké jsou smluvní pokuty.

Vzhledem k nízkému počtu těch, kteří vědí, jaké jsou smluvní pokuty, je nutno brát hodnocení jasnosti a přehlednosti těchto pokut jen orientačně.

Mezi klienty velkých poskytovatelů (vyjma Vodafonu), kteří měli alespoň nějakou představu o smluvních pokutách, byl větší podíl těch, kteří se vyjadřovali v tom smyslu, že smluvní pokuty jsou sjednány jen obecně, nikoliv jasně a přehledně.

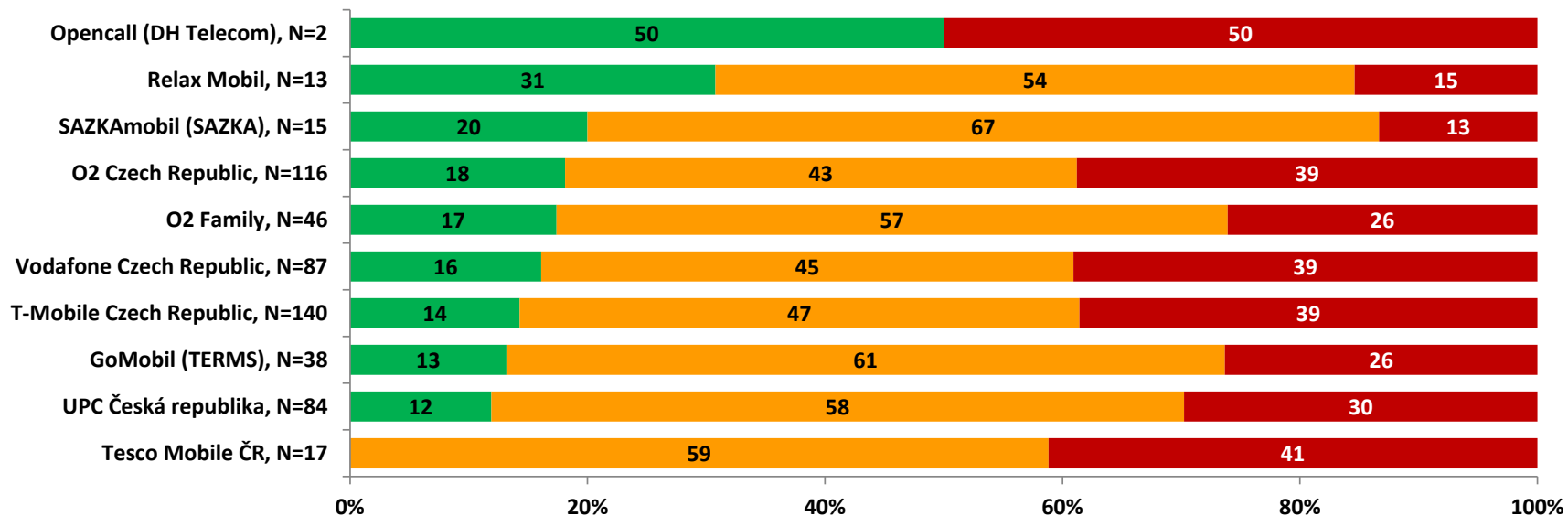
Základ: Jsou zodpovědní za podpis smlouvy u poskytovatele

Smluvní pokuty

Víte, jaké smluvní pokuty a v jaké výši je po Vás poskytovatel oprávněn vyžadovat?

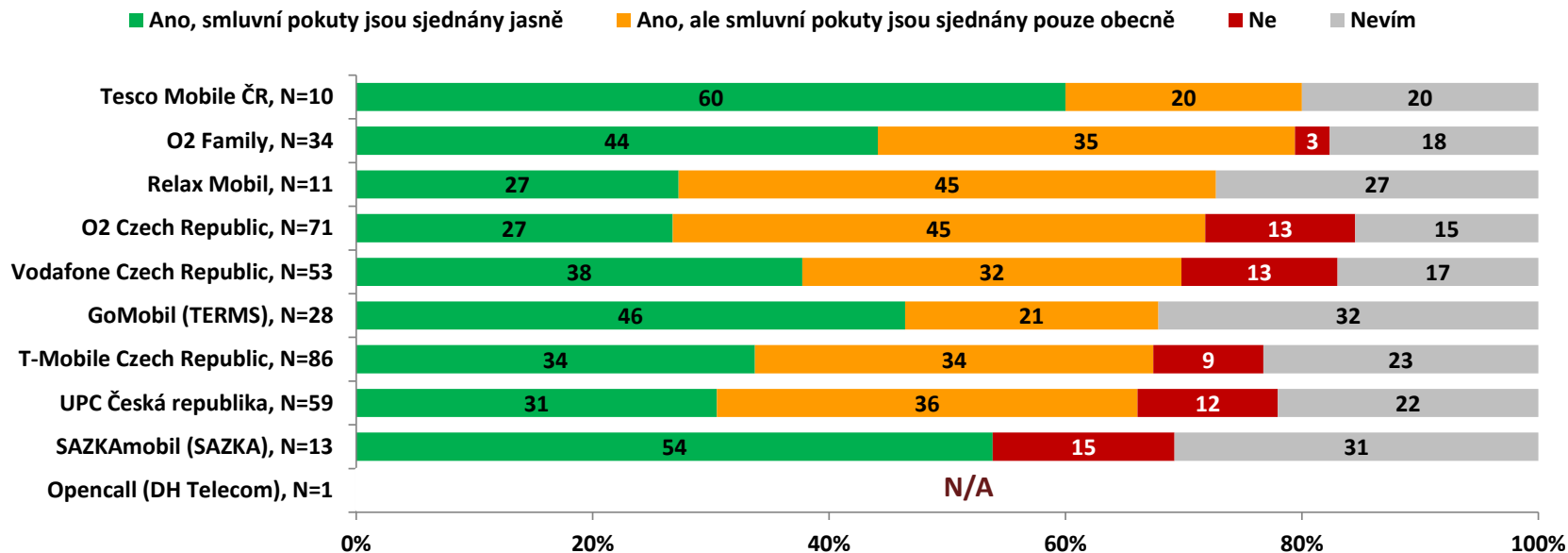
Základ: Jsou zodpovědní za podpis smlouvy u poskytovatele, N=různé

Ano Přibližně to tuším, kdyby taková situace nastala, podívám se do smlouvy Ne



Jsou podle Vás smluvní pokuty sjednány jasně a přehledně?

Základ: Alespoň přibližně tuší, jaké smluvní pokuty a v jaké výši je poskytoval oprávněn vyžadovat, N=různé



N/A Odpověděl 1 nebo žádný respondent.

Jednostranná změna smlouvy a způsob vyrozumění účastníka o této změně

[Zpět na obsah](#)

Jednostranná změna smlouvy



Téměř polovina respondentů nemá zkušenost, nebo si není vědoma toho, že by jim byla poskytovatelem jednostranně změněna smlouva. 22 % respondentů se to stalo, ale byli na to upozorněni elektronicky/písemně, a to mimo vyúčtování. Dalších 13 % uvedlo, že na to byli upozorněni ve vyúčtování, a jen 5 % se stalo, že jim byly poskytovatelem jednostranně změněny podmínky a nebyli na to upozorněni. Zbývajících 11 % neví, jestli se jim to stalo. Nejčastější zkušenost s jednostrannou změnou podmínek mají zákazníci UPC.

Zákazníci UPC a O2, kterým byly jednostranně změněny podmínky, si častěji než ostatní zákazníci myslí, že informace o změněných podmínkách nebyly uvedeny dostatečně zřetelně. Zákazníci O2 se také častěji domnívají, že nemají/neměli možnost v případě nesouhlasu s novými podmínkami od smlouvy odstoupit.

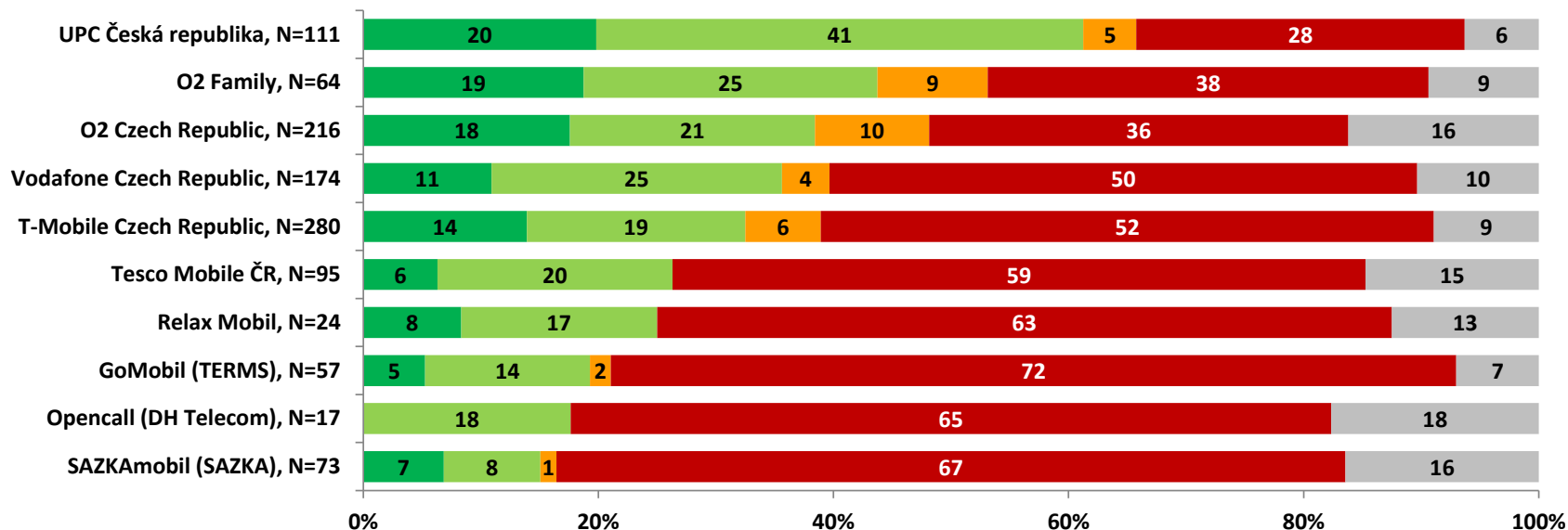
Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele

Jednostranná změna smlouvy

Byla Vám někdy Vaším poskytovatelem jednostranně změněna Vaše smlouva (tarif, ceny, smluvní podmínky)?

Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele, N=různé

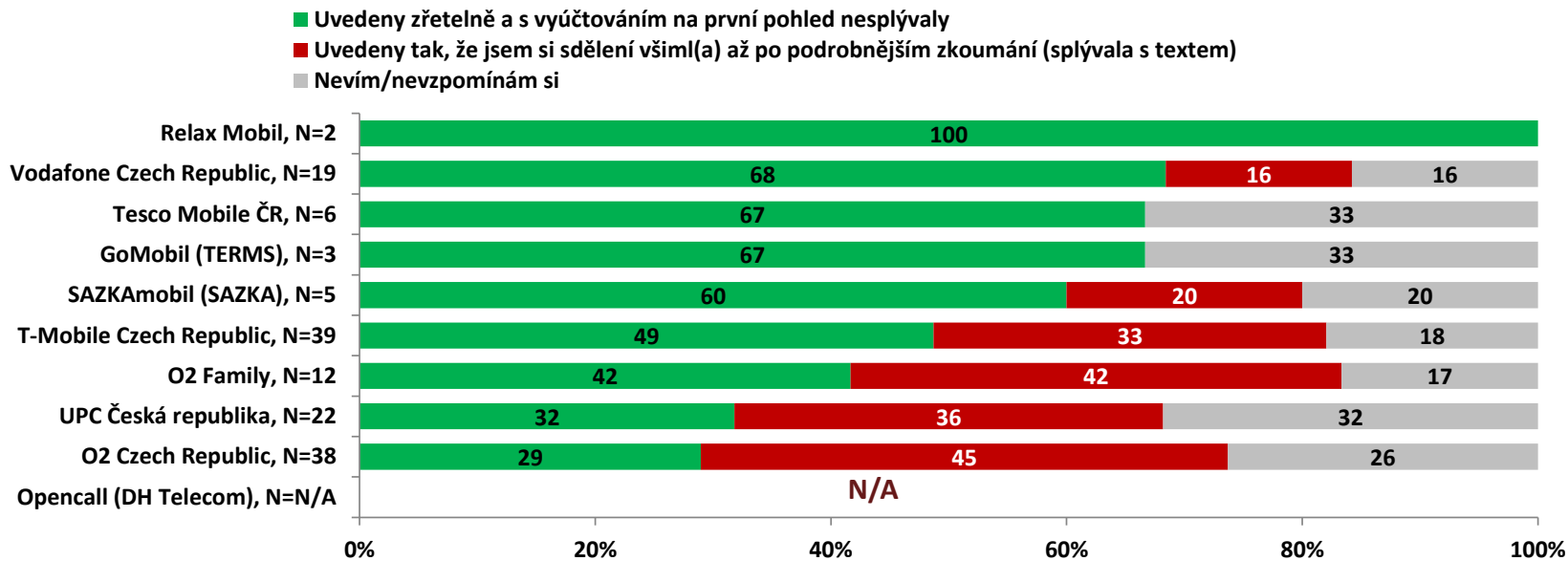
- Ano, poskytovatel mě o změně informoval ve vyúčtování
- Ano, poskytovatel mě o změně informoval elektronicky/písemně, mimo vyúčtování
- Ano, ale poskytovatel mne nijak o změně neinformoval
- Ne, smlouva mi změněna nebyla
- Nevím



Jednostranná změna smlouvy

Informace o změně smlouvy byly ve Vašem vyúčtování:

Základ: Ti, kterým byly podmínky jednostranně změněny a informace o změně byly uvedeny ve vyúčtování, N=různé

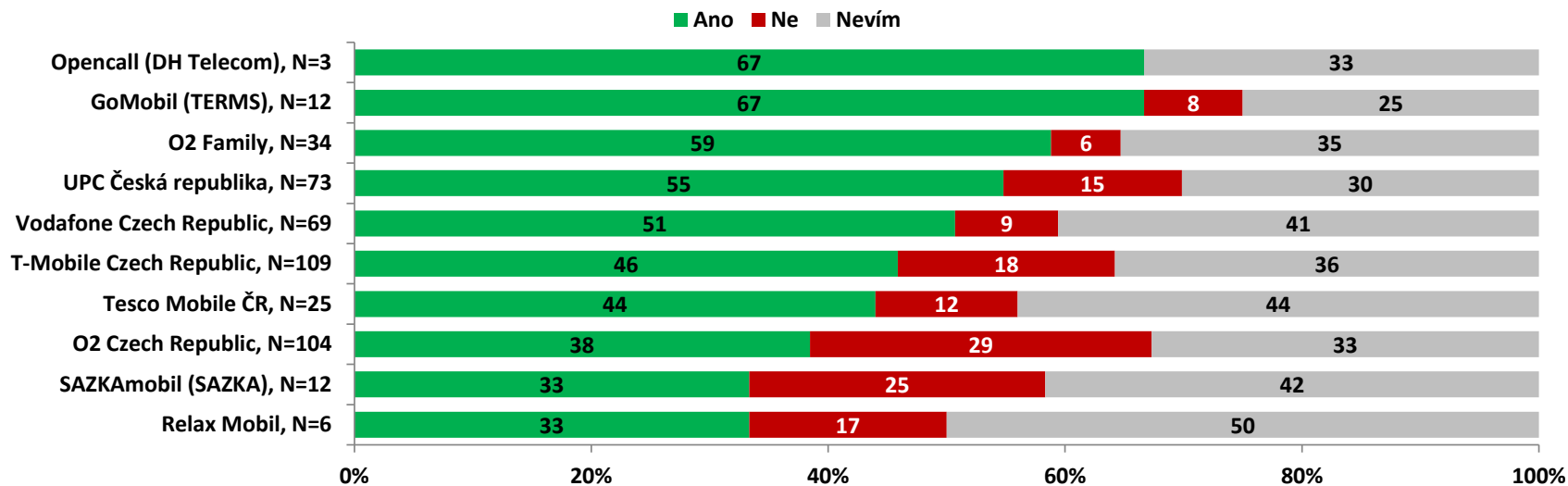


N/A Odpověděl 1 nebo žádný respondent.

Jednostranná změna smlouvy

Měl(a) jste v případě, že jste s novými podmínkami nesouhlasil(a), možnost bez sankce od smlouvy odstoupit?

Základ: Ti, kterým byly podmínky jednostranně změněny, N=různé



Způsob uplatnění reklamace a reklamační řízení

[Zpět na obsah](#)

Způsob uplatnění reklamace



Nejčastějším způsobem reklamace, o kterém respondenti vědí, že jej mohou v případě potřeby uplatnit, je osobní reklamace na pobočce (40 %), za kterou následuje telefonická reklamace (38 %). Dalšími způsoby, o kterých respondenti vědí, že je mohou použít, jsou: reklamace online na stránkách poskytovatele (29 %) a elektronicky prostřednictvím emailu (28 %). Pětina lidí neví, jakým způsobem mohou reklamaci uplatnit.

Zkušenosti s reklamací služeb u svého poskytovatele má 27 % dotázaných. Většina reklamací byla vyřízena do jednoho měsíce.

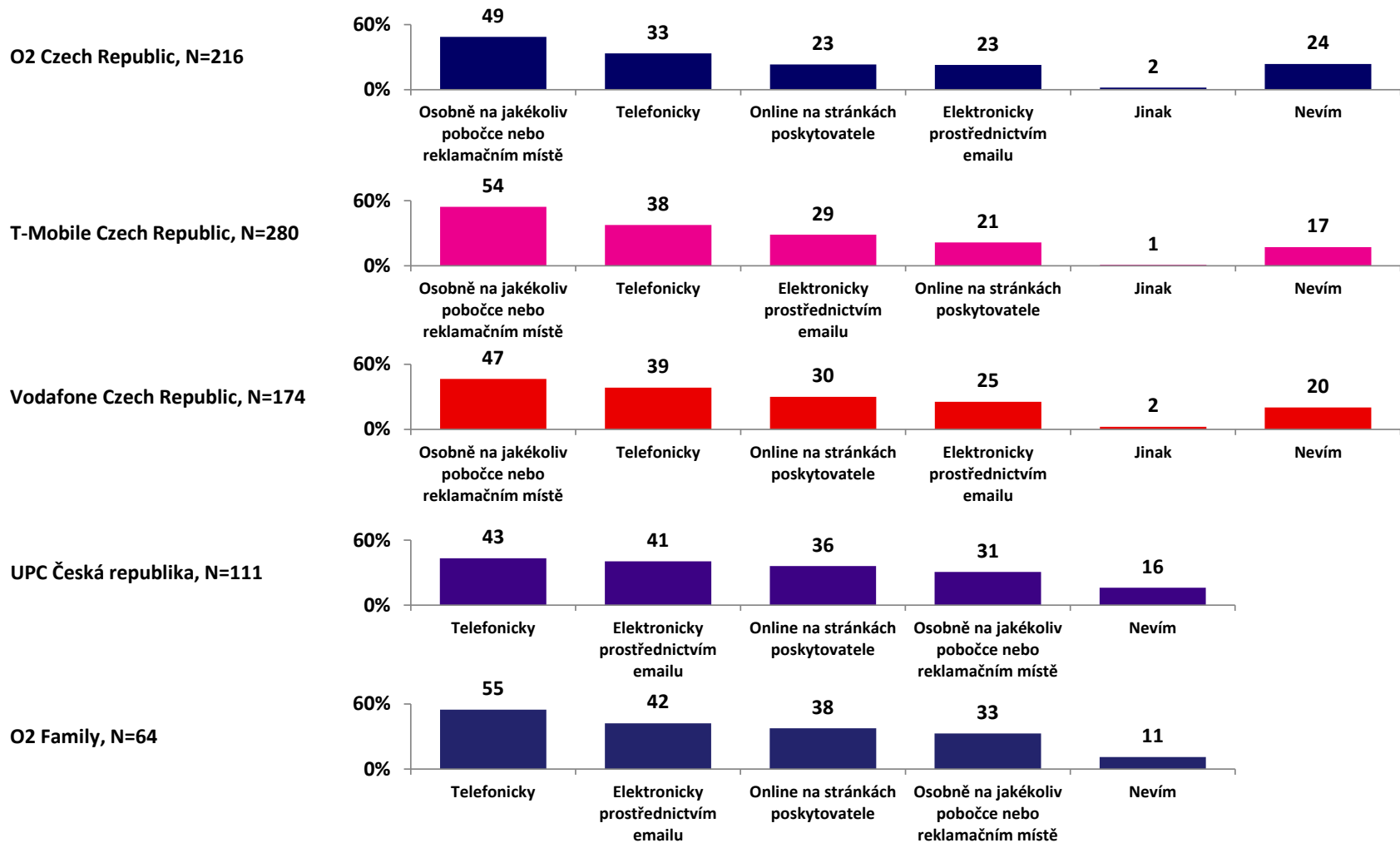
Zkušenosti s aktivováním služby, o kterou zákazníci sami nepožádali, má 18 % respondentů. Podíl respondentů se zkušeností s aktivací nevyžádané služby, kterým byla tato služba normálně účtována, je přibližně stejný jako ten, kterým tato služba po reklamaci účtována nebyla. Ale jak bylo zmíněno výše, zkušenost s aktivací nevyžádané služby je poměrně nízká.

Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele

Způsob uplatnění reklamace

V případě, že byste chtěl(a) poskytovanou službu reklamovat, jakým způsobem můžete reklamaci uplatnit?

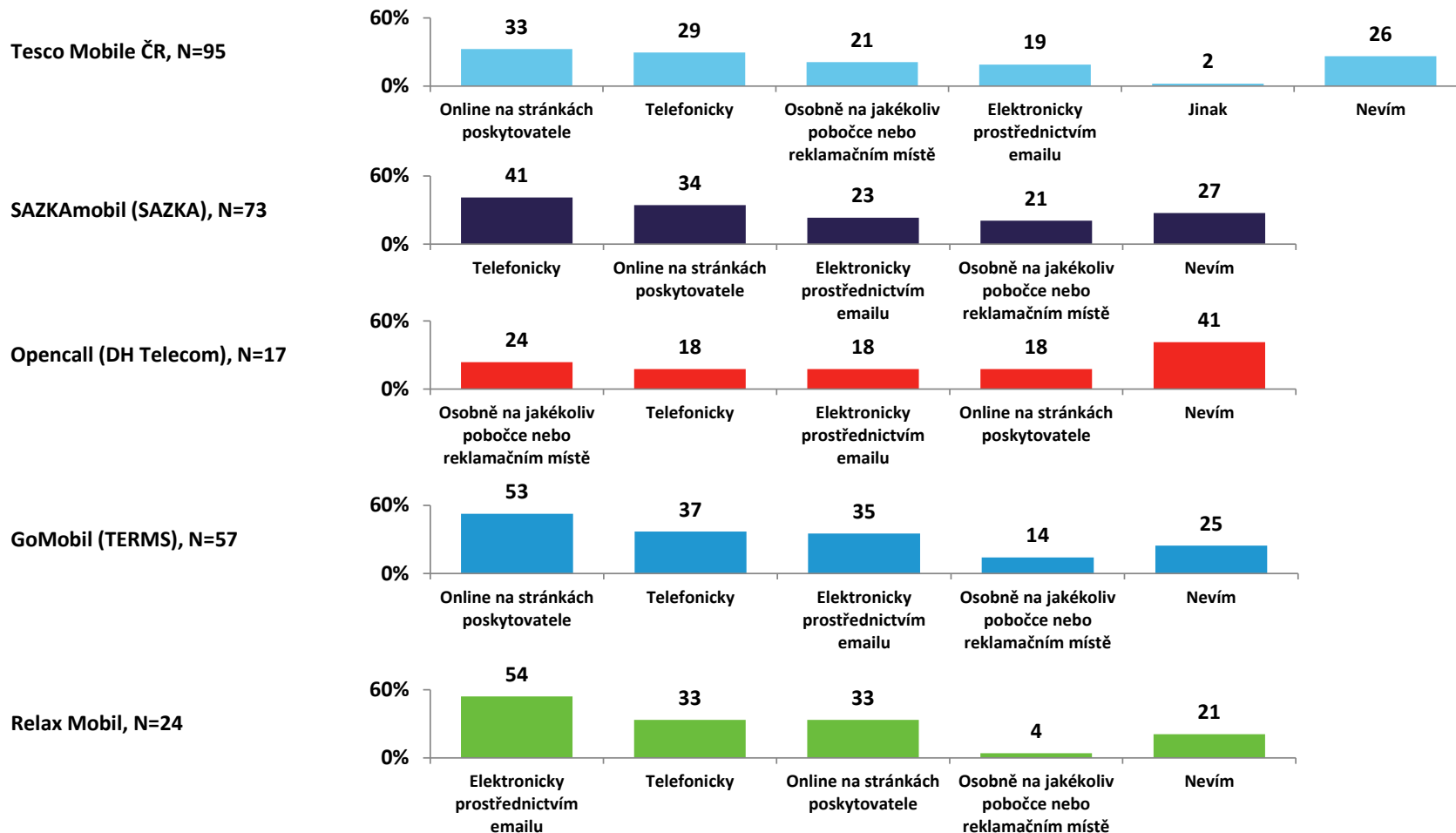
Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele, N=různé



Způsob uplatnění reklamace

V případě, že byste chtěl(a) poskytovanou službu reklamovat, jakým způsobem můžete reklamaci uplatnit?

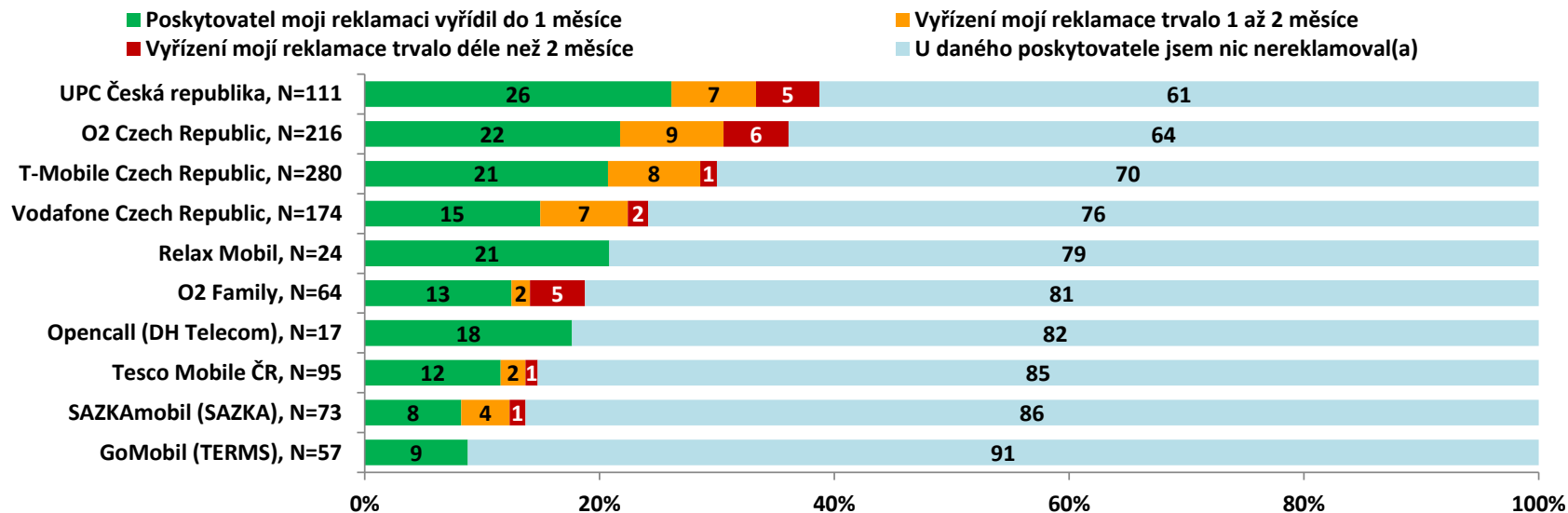
Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele, N=různé



Způsob uplatnění reklamace

Jaké máte zkušenosti s vyřízením reklamace?

Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele, N=různé

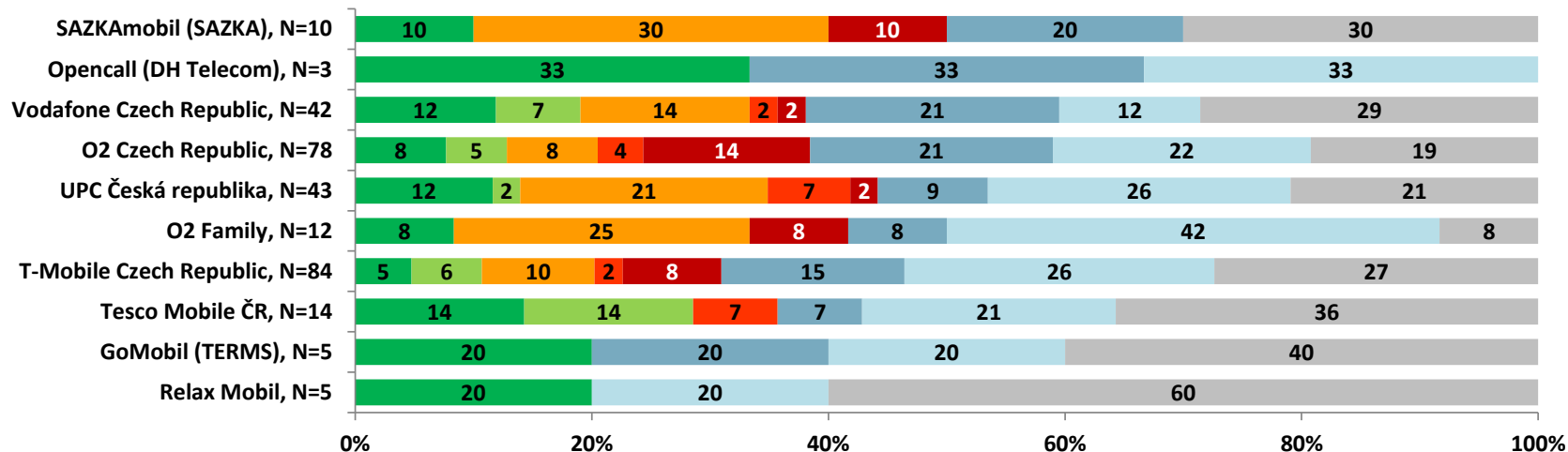


Způsob uplatnění reklamace

V případě, že jste reklamaci podal(a) prostřednictvím hrazené telefonní linky, byla Vám uhrazená částka za hovorné vrácena?

Základ: Reklamovali něco u svého poskytovatele, N=různé

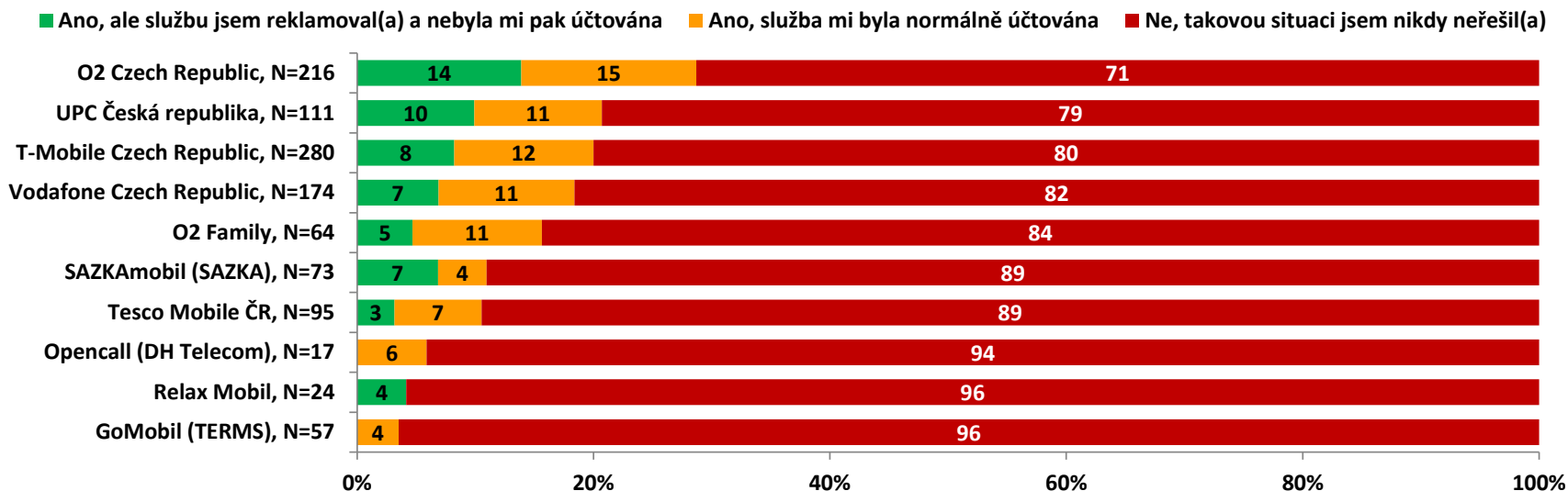
- Reklamacce byla uznána oprávněnou a hovorné mi bylo automaticky vráceno
- Reklamacce byla uznána oprávněnou a hovorné mi bylo vráceno až po žádosti/stížnosti
- Reklamacce byla uznána oprávněnou, ale hovorné mi nebylo vráceno
- Reklamacce sice nebyla uznána oprávněnou, ale hovorné mi bylo vráceno
- Reklamacce nebyla uznána oprávněnou a hovorné mi nebylo vráceno
- Službu jsem sice reklamoval(a) telefonicky, ale můj poskytovatel linku pro reklamace nezaplatňuje
- Žádnou službu jsem telefonicky nereklamoval(a)
- Nevím/nevzpomínám si



Způsob uplatnění reklamace

Stalo se Vám, že Vám byla Vaším poskytovatelem aktivována služba, o kterou jste aktivně neprojevil(a) zájem a o její aktivaci jste nežádal(a)?

Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele, N=různé



Výpověď smlouvy a úhrady spojené s předčasným ukončením smlouvy

[Zpět na obsah](#)

Výpověď smlouvy



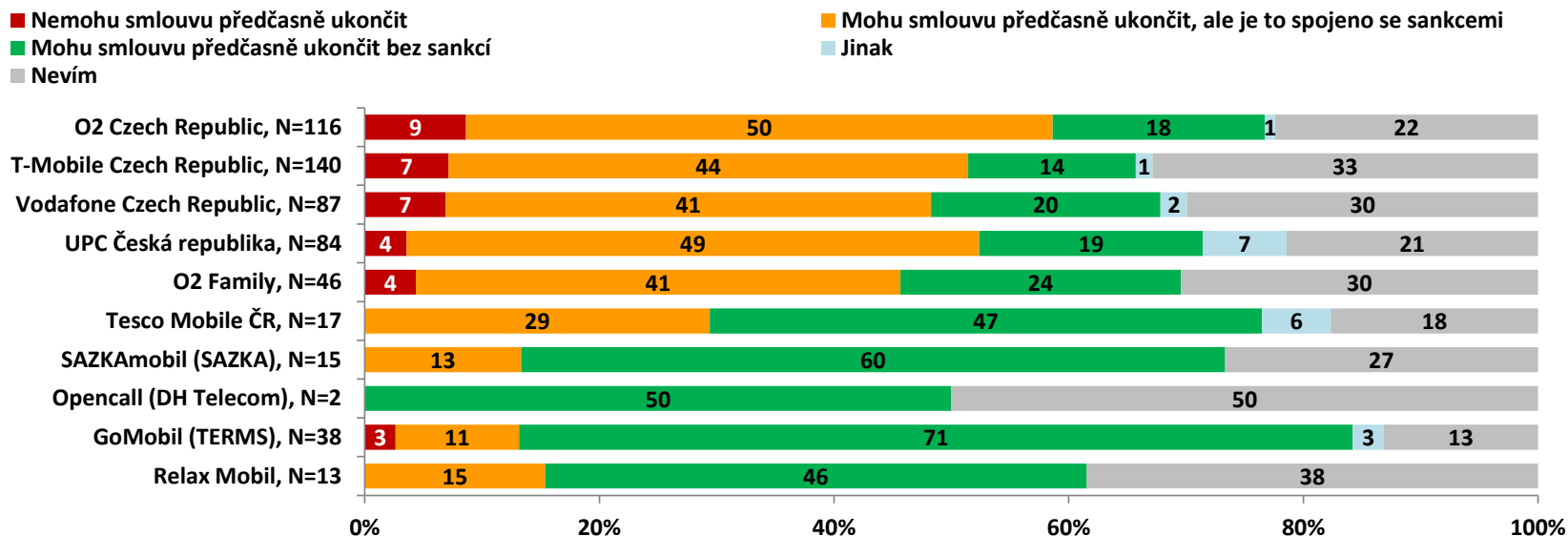
Více než čtvrtina dotázaných (27 %) neví, za jakých podmínek může předčasně ukončit smlouvu se svým poskytovatelem telekomunikačních služeb. 41 % může smlouvu předčasně ukončit, ale je to spojeno se sankcemi, 24 % může smlouvu předčasně ukončit bez sankcí a 6 % dotázaných ji předčasně ukončit nemůže. To, že respondenti smlouvu předčasně ukončit nemohou, se týká především klientů velkých telefonních poskytovatelů.

Přenesení telefonního čísla k jinému poskytovateli už využily dvě třetiny dotázaných. U většiny poskytovatelů trval převod 10-15 dní.

Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele

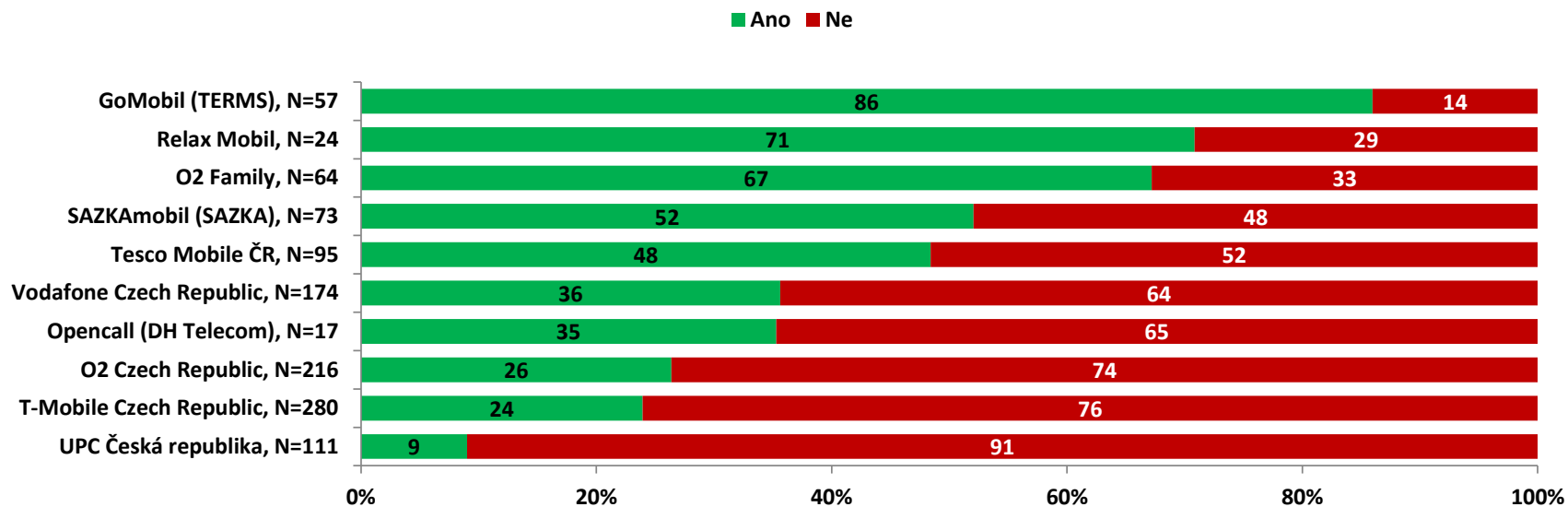
Za jakých podmínek můžete předčasně ukončit smlouvu?

Základ: Jsou zodpovědní za podpis smlouvy u poskytovatele, N=různé



Využil(a) jste u některého poskytovatele službu přenesení telefonního čísla?

Základ: Jsou zodpovědní za placení faktur, podpis smlouvy nebo dobíjení kreditu u poskytovatele, N=různé

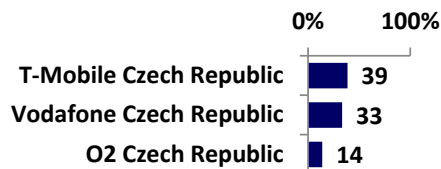


TOP 3

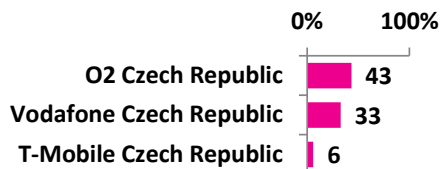
Od jakého poskytovatele jste odcházel(a)?

Základ: Využili služby přenesení čísla, N=různé

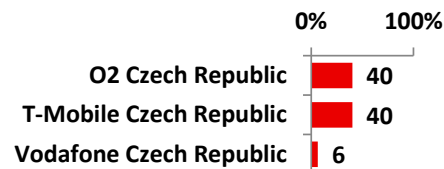
O2 Czech Republic, N=57



T-Mobile Czech Republic, N=67



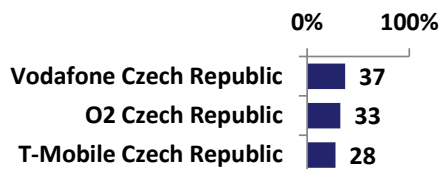
Vodafone Czech Republic, N=62



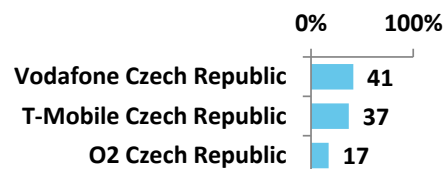
UPC Česká republika, N=10



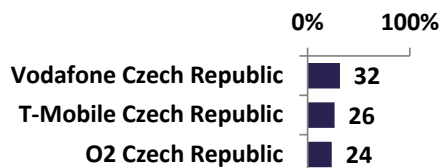
O2 Family, N=43



Tesco Mobile ČR, N=46



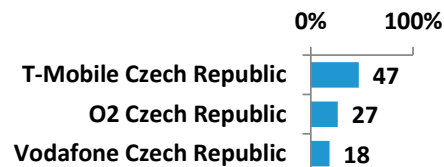
SAZKA mobil (SAZKA), N=38



Opencall (DH Telecom), N=6



GoMobil (TERMS), N=49



klíent poskytovatele:

Relax Mobil, N=17

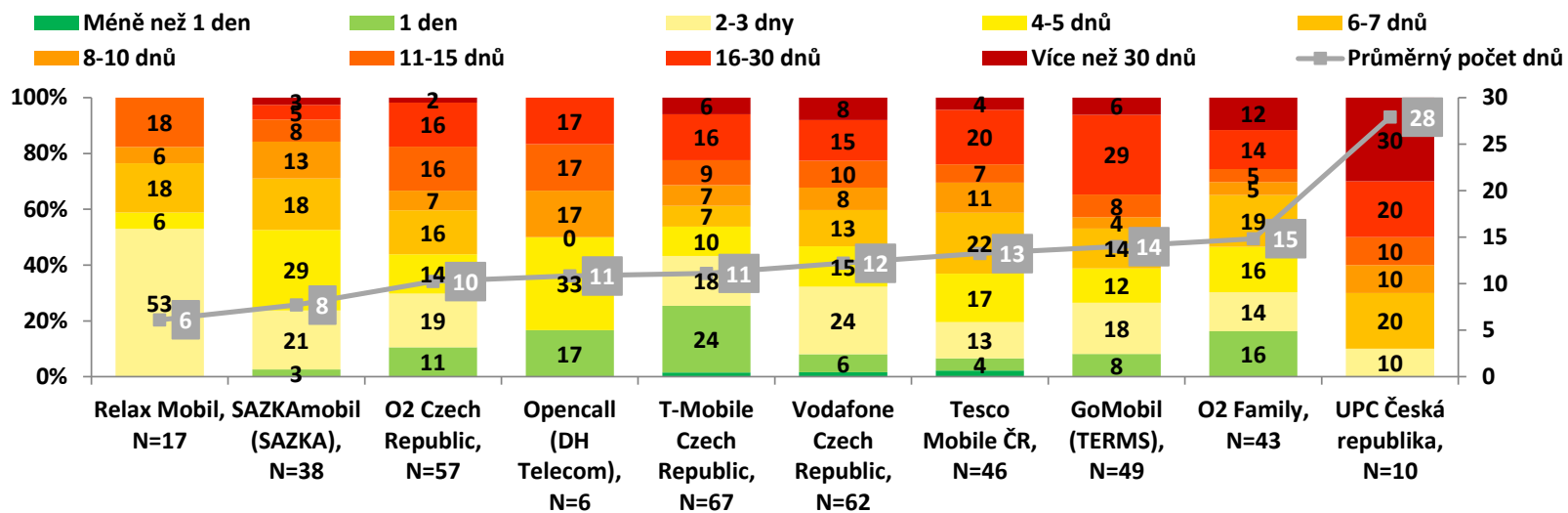
ke stávajícímu poskytovateli Relax Mobil přišel od:



Grafy ukazují od kterých poskytovatelů stávající klienti poskytovatele odešli - stávající klient je uveden v názvu grafu. Pokud se v grafu objevují shodní poskytovatelé jako v názvu daného grafu, může jít např. o přestupy mezi firemními a soukromými čísly, případně o přestupy v minulosti.

Jak dlouho (v jednotkách dnů) trval přenos telefonního čísla (od podání výpovědi u opuštěného poskytovatele do doby funkčnosti SIM karty u přijímajícího poskytovatele)?

Základ: Využili služby přenesení čísla, N=různé





MEDIARESEARCH • R&A • AD INTEL • ADWIND SOFTWARE
