

Биллинг и коммуникации с потребителем в энергетике

Традиционно промышленный сектор (энерго-снабжение крупных предприятий) считался самым безрисковым и являлся для большинства энергосбытовых компаний важнейшим с точки зрения оборота: доходность, как правило, невысока, но платежи поступали в срок. Экономический кризис, сильнее всего ударивший по энергоёмким отраслям промышленности – металлургии, машиностроению, очень быстро отразился на компаниях-поставщиках электроэнергии. Можно сказать, что сбытовые компании первыми столкнулись с проблемой задолженности промышленных предприятий, обычно дающих основную часть выручки.

С учетом проблем в промышленности, снижения потребления энергии крупными предприятиями, сложности поисков схем реструктуризации долгов за отпущенную энергию внимание энергетиков обращается на малый и средний бизнес, физических лиц, потребление энергии которыми изменилось незначительно. Более того, их состояние на сегодняшний день во многих регионах можно рассматривать как вполне платежеспособное.

Во всем мире энергосбытовые компании хорошо зарабатывают за счет работы с населением и непромышленными организациями. Ими ведется тщательная работа с потребителями, благодаря которой выстраивается жесткая платежная дисциплина. При этом, как известно, в Европе население платит значительно больше, и работать с ним выгодно (к примеру, британские поставщики электричества зарабатывают около 95 фунтов в год на каждом внутреннем потребителе).

Сегодня, чтобы выжить на конкурентном рынке, энергосбытовые компании стремятся применять клиентоориентированный подход: развивают клиентскую базу, повышают качество обслуживания, предлагают новые сервисы потребителям, однако особую важность имеет четкая организация бизнеса, ведь именно через сбытовые компании проходят денежные потоки потребителей электроэнергии. С целью повышения эффективности внедряются новые информационные системы, развиваются системы учета, оптимизируются бизнес-процессы компании. Данные системы предназначены в том числе и для решения проблем, связанных с неплатежами и задержками платежей потребителями.

Центр биллинговой печати и рассылки играет значительную роль в бизнес-процессе, обеспечивая потребности энергосбытовой компании как поставщика, взаимодействующего с сотнями тысяч и миллионами потребителей. Основным документом, на базе которого строится коммуникация с потребителем, служит счет (квитанция). Специфика его подготовки заключается в том, что сроки на создание, печать, упаковку и доставку счета абоненту, как правило, ограничены 3-5 днями, а объемом рассылки составляет от нескольких десятков тысяч до миллионов документов. Несмотря на масштабность рассылки и ограниченное время на подготовку, необходимо избежать сбоя в цепочке от расчета до подготовки счета потребителю, иначе задание подготовки «тиража» в срок будет просто сорвано. Во многом успешность деятельности энергосбытовой компании зависит от своевременной доставки счетов и контроля оплаты абонентами потребленной электроэнергии (как сроков оплаты, так и правильности суммы оплаченных абонентом счетов).

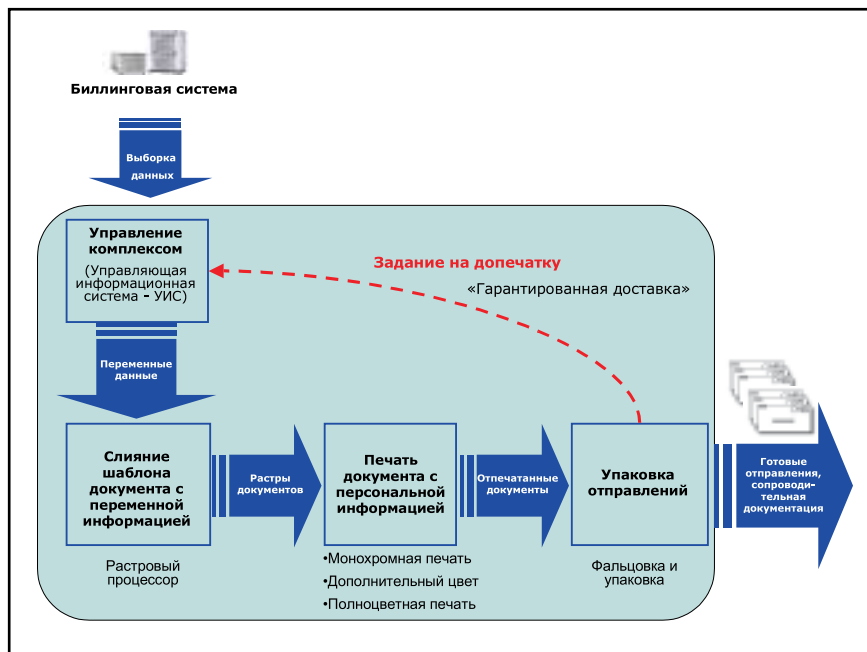


Схема организации центра биллинговой печати

Традиционные виды квитанций-книжек постепенно уходят в прошлое практически во всех регионах России. Сегодня потребитель получает готовый счет с учетом всех своих персональных данных – квитанцию, готовую к оплате. Потребитель сегодня не обязан уточнять действующий тариф, льготы и текущую задолженность – все указывается в квитанции. Необязательно и ежемесячно переписывать показатели счетчика – применение про-

гнозных показателей потребления на основе исторических данных абонента показало свою целесообразность. Подобная схема удобна не только потребителю, но и энергосбытовой компании: радикально сокращается количество ошибок в “ручных” расчетах и платежах, а значит, снижается нагрузка на Call-центры по уточнениям и перерасчетам и объем претензионно-исковой работы, увеличивается собираемость и точность платежей, повышается дисциплина плательщиков. Ежемесячное напоминание (серьезный фактор воздействия на потребителя) и направление потребителям готовых платежных квитанций значительно ускоряют оплату. Дизайн квитанции и ее простота для потребителя также являются важными факторами эффективности сбора платежей.

Опыт нескольких крупнейших энергосбытовых компаний, перешедших на современные цифровые технологии коммуникации с потребителями, показывает, что правильные организационно-технологические процессы способны увеличить собираемость платежей до 95-100 %. Отлаженная коммуникация с потребителем электроэнергии обеспечивает к тому же оперативное информационное, юридическое и финансовое воздействие на неплательщиков.

Федеральный закон “О персональных данных”, вступающий в действие с 1 января 2010 года, требует соблюдения конфиденциальности персональной информации от операторов, работающих с данными потребителей. Для обеспечения закрытости такой информации операторы банковского сектора, телекоммуникационные компании, а сегодня уже и ряд компаний ТЭК используют конвертовальное или бесконвертное оборудование и специальные программные средства для управления биллинговым центром. Уже в этом году Роскомнадзор продемонстрировал серьезность своих намерений, проведя ряд массовых проверок своих территориальных подразделений, планы регулятора на следующий год не менее масштабны.

Сегодня конвертование счетов в энергетике явление редкое, однако, выполняя необходимые требования закона, можно реализовать и новые возможности отправления. Ежемесячная рассылка используется как мощный канал коммуникации с потребителями, позволяющий доставлять сообщения в каждый дом. В частности, за счет размещения рекламы привлекаются дополнительные средства (по данным *erdreklama*, стоимость размещения одного рекламного обращения размером $\frac{1}{4}$ А4 на едином платежном документе в Москве стоит от 1 руб. 40 коп.). А информационные сообщения самой сбытовой компании (тарифы, режимы экономии, изменение часов работы или открытие новых пунктов для работы с населением, предложение дополнительных услуг) позволяют активнее продвигать новые возможности и зарабатывать на работе с физическими лицами.

Технологический комплекс печати и рассылки документов обычно включает централизованную печать и конвертование документов, содержащих переменные данные счетов-извещений и, возможно, напоминаний об оплате. Система позволяет осуществлять разработку электронных форм документов, преобразование биллинговых данных, маршрутизацию заданий, печать

документов с использованием технологии печати переменных данных и конвертование документов. Адрес, персональные данные абонента передаются в виде потока данных из биллинговой системы на комплекс и формируют извещение “на лету”. Управляющая информационная система позволяет осуществлять контроль над всеми процессами комплекса и готовит сопроводительную документацию для Почты России. Комплексы изначально проектировались с учетом условий работы в максимально напряженном промышленном графике для производства тиража в кратчайшие сроки, скорейшей доставки извещений и соответственно оплаты электроэнергии, сокращения кассовых разрывов, характерных для сбытов. Сегодня можно говорить о реализации целого ряда таких решений под различные объемы рассылки, минимальный объем – на уровне 100 тысяч отправлений.

Оценить эффективность проекта по организации рассылки внутри энергосбытовой компании можно, взяв 5 % от реализации (а для некоторых компаний следует говорить и о большем потенциале по улучшению собираемости платежей). Оценочная цифра дополнительно собранных платежей оказывается вполне сопоставимой со стоимостью всего проекта. Кроме этого необходимо учитывать и фактор ускорения оплат, благодаря тому что абонент в срок получает извещение и в срок оплачивает счет. Потребитель чувствует в ежемесячных извещениях постоянное внимание и контроль поставщика услуг и в большинстве случаев готов оплачивать счет без задержки.

В последние годы биллинговые центры успешно внедрялись в ряде энергосбытовых компаний. Например, “Мосэнергосбыт”, крупнейшая энергосбытовая компания России, с помощью комплекса промышленной печати решает задачу производства и рассылки более 5 миллионов счетов потребителям. В Челябинске для ежемесячного выставления счетов юридическим и физическим лицам кроме монохромного комплекса печати используется полноцветная система для печати информационно-рекламных материалов. Современные центры печати используются в Московской объединенной энергетической компании (МОЭК), Краснодаре, Саратове и Ставрополе.

Сегодня очевидно, что информация в абонентской рассылке должна быть абсолютно понятна для абонента, формат присылаемого документа должен максимально упростить процедуру оплаты. Кроме того, в соответствии с положениями закона счета-извещения должны быть конфиденциальными, то есть упаковываться в конверты. Практика внедрения комплексов печати и рассылки в энергосбытовых компаниях показала, что соблюдение этих требований не становится дополнительной нагрузкой, а приносит выгоду поставщикам энергии. Кроме того, шаги, которые компания предпринимает для совершенствования абонентской рассылки в бумажном или электронном виде, повышают эффективность взаимодействия с потребителями и открывают новые перспективы на посткризисном рынке.

По материалам компании Хегох