

Fixace ceny není žádná výhra

Český zákazník je často příliš pohodlný na to, aby změnil své dodavatele energií, přestože na takové změně může ušetřit nemalé peníze. Nemusí přitom měnit elektroměr ani plynoměr – jen začne platit faktury jiné firmě, říká jednatel Bohemia Energy Jiří Písařík.



N Na trhu jste teprve pět let. Je těžké konkurovat velkým hráčům na trhu?

Je to čím dál tím těžší. Roste počet alternativních obchodníků a boj o zákazníka se neustále vyostřuje. Všichni se předhánějí v nabízených cenách, poskytovaných službách, benefitech a podobně.

Je český zákazník hodně konzervativní? Neboli – dá velkou práci ho přesvědčit, aby změnil dodavatele energie?

Český zákazník je hodně pohodlný a o energetiku se příliš nezajímá. A nedívám se, dvacet, třicet let byl zvyklý odebírat elektřinu nebo plyn od jedné společnosti. A zvyk je železná košile, měnit dodavatele se mu nechce. Dokonce sedm z deseti domácností ani neví, že mohou přejít ke konkurenci.

Jak ty pohodlné zákazníky konkurenci přebíráte?

Chodíme za nimi domů a snažíme se vysvětlit, že opravdu mohou ušetřit slušné peníze a se změnou dodavatele nebudou mít žádnou práci. Když se nám to podaří, často uspějeme. V červenci navíc zahájíme rozsáhlou kampaň s nabídkou

velmi výhodných cen a věříme, že nás budou lidé kontaktovat sami.

Jak vysoká je úspěšnost podomního prodeje?

Zhruba dva z deseti oslovených zákazníků si elektřinu nebo plyn, případně obojí od nás objednájí.

Koho považujete za průměrného zákazníka?

Průměrný zákazník je špatný výraz, mám na mysli zákazníky ze segmentu domácností a malých a středních firem. Velké firmy, které

odebírají energie za stovky milionů korun, nás zase tolik nelákají.

Není to v tom, že jim nedokážete dát třeba takový bonus jako ČEZ?

To dokážeme. Ale nechceme. Pro nás, jako alternativního obchodníka, jsou to riziková zákazníci. Často mění své dodavatele i při velmi malých rozdílech v cenách a odebírají velké množství energií. Odchod několika takových zákazníků může zcela destabilizovat chod alternativního obchodníka jako jsme my. A to nechceme. Chceme být spolehliví

dodavatel pro domácnosti a malé a střední firmy.

Ceny pro koncové zákazníky zvyšuje odkup solární energie. Jak to vidíte vy?

Nárůst ceny elektřiny v důsledku regulace ceny solární energie je fakt. I proto je to dnes v očích veřejnosti velmi nepopulární podnikání, a proto my do obnovitelných zdrojů ze slunce vůbec neinvestujeme. Zákazníkovi to v budoucnu fakticky nic nepřinese a celkové množství vyrobené energie je přitom tak malé, že i ekologický efekt je zanedbatelný.

Do jiných zdrojů tedy investujete?

Určitě chceme investovat i do výroby elektřiny a předpokládám, že půjde o plynovou elektrárnu.

BOHEMIA ENERGY

Jde o rodinnou firmu, která na trh vstoupila v říjnu před pěti lety. Na trhu patří mezi větší hráče na trhu s elektřinou a nově i s plynem. Společnost obsluhuje kolem čtyřiceti tisíc domácností a 25 tisíc malých a středních firem. Letošní obrat plánuje mezi 5 a 5,5 miliardy korun.

Nebojíte se výpadků plynu?

Časté strašení, že dodávky plynu z Východu mohou být zastaveny, považují častěji za strašení, které má odradit konkurenci od výstavby plynových zdrojů.

Ale stalo se.

To je pravda, ale opravdu dlouhodobých výpadků se nebojím. Ty krátkodobé dokážeme kompenzovat ze zásobníků plynu, které jsou v České republice velké. V nejhorším případě by elektrárna po určitou dobu stála a my bychom výpadek v dodávce elektřiny nahradili z jiných zdrojů.

Vy nabízíte zákazníkům ale i samotný plyn, i když zatím v malém množství. Bude to tak i v budoucnu?

Plyn prodáváme čím dál tím více a věřím, že to tak bude i nadále pokračovat, mimo jiné i z toho důvodu, že na plyn u nás dosáhnou ještě větší úspory než na elektřině.

Co zajímá nové klienty nejvíc – cena?

Ten hlavní rozhodovací faktor je skutečně cena. A bude ještě několik let tím hlavním důvodem, proč lidé budou měnit své dodavatele energií.

Zkuste dát nějaký modelový příklad.

Dejme tomu průměrná domácnost v Praze ročně ušetří sedm až deset procent z koncové ceny. To při cenách za energii určitě není v rodinném rozpočtu zanedbatelná částka.

Jste nově účastníkem Pražské energetické burzy. Proč vlastně nyní?

Je to jeden z možných zdrojů. Další jsou vlastní elektrárny nebo nákup od prostředníka. Když ale přes někoho kupujete, musíte mu zaplatit marži. Přímý nákup na burze se ale zase vyplatí až od určitého objemu elektřiny. Ten jsme právě dosáhli. Proto nyní.

Na jak dlouho dopředu nakupujete?

Obecně existuje nákupních modelů více – záleží na tom, jak moc chcete riskovat. Ten náš, nebo kombinaci modelů, které používáme, nechci prozrazovat, ale zatím jsme byli úspěšní. A samozřejmě platí, že čím lépe nakoupíte, tím můžete dát zákazníkovi nižší cenu a tím jste jako alternativní obchodník úspěšnější. Kdo se například rozhodl nakoupit elektřinu v době, kdy stála nějakých 90 eur za megawatt, tak má problémem, protože dnes se prodává za 50 eur.

To je fiktivní příklad nebo skutečnost?

To je skutečnost – ten rozdíl je proti roku 2008. Ale vrátím se ještě k našim nákupům. My už dnes nemůžeme příliš riskovat. Už nejsme malá firma a větší část elektřiny musíme nakupovat průběžně. Zatím se nám i v těchto nákupech většinou daří dostat „pod“ konkurenci.

Pokud velké společnosti v té době začaly nabízet novinku – fixaci cen, tak se ukázala pro klienty jako nevhodná?

V té době byla stoprocentně nevhodná. Když tato vlna nových produktů tehdy přišla, hned mi bylo jasné, o co jde. V roce 2008 vyskočily světové ceny ropy nahoru a začaly se tvořit ceníky pro zákazníky na rok následující. Spousta domácností i firem se začala bát, že světové ceny dál porostou.

ČEZ a další obchodníci tehdy nabídli koncovým zákazníkům cenu o něco nižší než byla klasická nabídka na rok 2009. Háček byl v tom, že odběratel si tuto „výhodnější“ cenu musel zafixovat na dva roky.

A letos zákazník prodělává.

Už tehdy bylo jasné, že ceny spadnou dolů. Velké společnosti si jen pojistily svoje vysoké marže na dva roky dopředu. Už tehdy jsem tvrdil, že je to nesmysl a podvod. Proto my žádnou fixaci cen nenabízeli a ani nabízet nehodláme.

Třeba firmám se ale určitě lépe plánují náklady. Nebude alespoň některým nabídka fixace chybět?

My jsme průběžně nabízeli jiný produkt. Nabízeli jsme elektřinu s takzvanou garancí nejnižší ceny. To je úplně jiný pohled na věc. Každý rok se srovnáváme s konkurencí a hledáme v rámci regionu nejnižší cenu. Na ni potom reagujeme svou ještě nižší nabídkou, abychom byli pro zákazníka dlouhodobě výhodní.

Konkurence nabízí fixaci na dva roky. Jak je to s vaší cenovou garancí?

Je to podmíněno smlouvou se zákazníkem alespoň na dva roky. Ale přemýšlíme o tom, že bychom ji klientům nabídli i na mnohem delší období. Prostě se vám cena sice každý rok změní, ale vždycky ji budete mít pod cenou konkurence v regionu.

Musí být ale hranice, kam až s cenou jít – už kvůli udržení nějaké minimální marže.

Nechci tvrdit, že vyděláváme na každém zákazníkovi. Samozřejmě dopředu nevíme, jaké ceny v budoucnu nabídne konkurence, a musíme být přitom pod nimi. To je jasné riziko. Takže se ho snažíme rozdělit do několika oblastí. Proto máme my, a samozřejmě nejen my, rozdílné ceníky pro domácnosti a pro firmy a riziko snižujeme dodávkami různých komodit, tedy elektřiny a plynu.

Jak to funguje v praxi?

Velmi zjednodušeně: Když jeden rok nevyděláme na segmentu elektřiny pro domácnosti, tak můžeme být ziskoví v plynu pro firmy.

JIRÍ NĚMEČEK