



**TELEPOLSKA**

Warszawa, 13.07.2011 r.



**TELEPOLSKA**

sieć możliwości

# Kodeks dobrych praktyk



**TELEPOLSKA**

## Spis treści

WSTĘP .....	3
OPIS DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI .....	5
WARTOŚCI .....	5
ZASADY OBOWIĄZUJĄCE PRACOWNIKÓW OBSŁUGI KLIENTA ORAZ PRZEDSTAWICIELI HANDLOWYCH .....	6
POSTANOWIENIA OGÓLNE .....	6
ZAKRES PODMIOTOWY .....	6
PRZEDSTAWICIELE HANDLOWI I DORADCY TELEKOMUNIKACYJNI .....	6
BIURO OBSŁUGI KLIENTA .....	7
STANDARDY DOKUMENTÓW HANDLOWYCH .....	7
REALIZACJA POSTANOWIEŃ KODEKSU .....	8
SŁOWNIK .....	9



**TELEPOLSKA**

## Wstęp

Wprowadzanie przez firmy w Polsce kodeksów dobrych praktyk stało się w ostatnim czasie bardzo popularne. Jest to jeden z najbardziej pozytywnych przejawów zmian, jakie zachodzą w ramach działalności i zarządzania wewnętrznego firm na polskim rynku i przyjęciu pewnych standardów obowiązujących już od dawna w krajach Europy Zachodniej i USA – czyli państwach posiadających silne rynki kapitałowe. Nierzadko, przestrzeganie szeroko pojętego ładu korporacyjnego (z angielskiego corporate governance), pełni niemal tak ważną rolę, jak przepisy prawa. W Polsce pierwsza publiczna dyskusja na ten temat odbyła się w styczniu 1999 r. podczas I Forum Corporate Governance. Dalsze prace nad wprowadzeniem zasad Corporate Governance w naszym kraju były prowadzone przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie. To właśnie ta instytucja powołała w maju 2001 roku "Komitet Dobrych Praktyk", który wypracował zasady ładu korporacyjnego w Polsce.

Przyjęcie kodeksu dobrych praktyk diametralnie zmienia postrzeżenie firmy przez konsumentów, realnie wpływa na poprawę jakości produktów i usług, ale też transparentność działania przedsiębiorstwa. W ubiegłym roku Millward Brown, na zlecenie UOKiK, przeprowadził badanie na temat postrzegania kodeksu dobrych praktyk przez konsumentów. Ogólnie rzecz ujmując, przyjęcie dobrych praktyk przez daną firmę jest postrzegane bardzo pozytywnie. Aż 80% badanych uważa, że rozpowszechnienie stosowania przez przedsiębiorców kodeksu zmniejszy liczbę sporów a także ułatwia dochodzenie swoich praw bezpośrednio u przedsiębiorcy. Ponad połowa Polaków zadeklarowała, że wybrałaby produkt, którego twórcy stosują kodeks dobrych praktyk. Poza deklarowanym poparciem dla stosowania kodeksu, niewielu konsumentów potrafi jednak podać samą definicję pojęcia. Z drugiej jednak strony respondenci są w stanie podać 'elementy składowe' takiego kodeksu – kontakt z dostawcą usług, producentem, możliwość składania reklamacji, okres gwarancji produktu, dobrowolne poddawanie się przez przedsiębiorcę sądowi konsumenckiemu. Respondenci podali również, iż firmie, która przestrzega kodeksu dobrych praktyk, bardziej zależy na klientach niż innym firmom, które go nie stosują.

W ostatnim czasie TelePolska Sp. z o.o. przystąpiła do Inicjatywy Organizacji Narodów Zjednoczonych – The Global Compact. Jest to największy na świecie projekt na rzecz odpowiedzialności korporacyjnej i zrównoważonego rozwoju. The Global Compact zachęca firmy do poparcia, przyjęcia i stosowania, we



# TELEPOLSKA

wszystkich sferach działalności, dziesięciu fundamentalnych zasad w obszarze praw człowieka, standardów pracy, środowiska naturalnego oraz przeciwdziałania korupcji.

Przystąpienie do Inicjatywy i respektowanie reguł ma na celu ciągłe doskonalenie standardów pracy i działalności spółki.

W ramach realizacji założeń The Global Compact, powstał niniejszy „Kodeks dobrych praktyk”. Jego celem jest określenie jasnych i precyzyjnych reguł oraz standardów obsługi klienta i sprzedaży usług telekomunikacyjnych, do których powinni się stosować pracownicy oraz przedstawiciele handlowi, działający w imieniu TelePolska Sp. z o.o., w odniesieniu do Odbiorców jej usług, zarówno w gospodarstwach domowych, jak również w biurach i innych instytucjach.

TelePolska Sp. z o.o., w ramach działalności prowadzonej na rzecz swoich Odbiorców, zobowiązuje się wykonywać czynności, wynikające ze wzajemnych relacji, z należytą starannością, w dobrej wierze i w dobrze pojętym interesie Odbiorców, oraz zgodnie z obowiązującym prawem.

Tworząc i respektując zapisy kodeksu, mamy nadzieję, że będą one nie tylko wytyczały standardy postępowania pracowników TelePolska Sp. z o.o., ale również staną się wyróżnikiem spółki na tle konkurencji.

Wprowadzenie „Kodeksu dobrych praktyk” ma na celu zwiększenie wiarygodności spółki w zakresie świadczenia swoich usług telekomunikacyjnych i zaufania klientów.

## Opis działalności spółki

TelePolska Sp. z o.o. to niezależny operator telekomunikacyjny, należący do grupy kapitałowej TelePolska Holding S.A. notowanej na rynku New Connect prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie.

TelePolska działa na polskim rynku od 2001 roku. Klientom biznesowym oferuje funkcjonalne rozwiązania telekomunikacyjne obniżające koszty i umożliwiające większą efektywność komunikacji. W swojej ofercie posiada również atrakcyjne cenowo usługi dla odbiorców indywidualnych.

Priorytetem działalności TelePolska jest świadczenie najwyższej jakości usług przy zachowaniu konkurencyjnej ceny i profesjonalnej obsługi.

Sieć TelePolska to nie tylko oszczędności w kosztach rachunków telefonicznych, ale także świadome zaangażowanie w działania prospołeczne i wsparcie przedsięwzięć dobroczynnych. W czerwcu 2010 r. firma rozpoczęła realizację inicjatywy Społeczny Operator Telekomunikacyjny, przeznaczając część swoich dochodów dla organizacji, które kierują swoją pomoc do potrzebujących, w szczególności do dzieci.

## Wartości

### Wizja

Zostać liczącym się na rynku, alternatywnym operatorem telekomunikacyjnym, oferującym skuteczne i efektywne rozwiązania telekomunikacyjne dla biznesu, a także oszczędnościowe programy dla domu.

### Misja

Być dla odbiorców naszych usług telekomunikacyjnych partnerem i doradcą w biznesie, dla pracowników atrakcyjnym pracodawcą i wartościowym członkiem społeczności lokalnej.

### Wartości

Szanujemy zasady dobrej praktyki biznesowej, w świadczeniu usług kierujemy się interesem klientów, wartość firmy budujemy poprzez ciągłe udoskonalanie naszej technologii i podnoszenie kwalifikacji pracowników.



**TELEPOLSKA**

## **Zasady obowiązujące pracowników obsługi klienta oraz przedstawicieli handlowych**

### **Postanowienia ogólne:**

1. TelePolska Sp. z o.o., wyrażając wolę przyczynienia się do usprawnienia współpracy ze swoimi Klientami oraz Potencjalnymi Klientami, chcącymi korzystać z usług oferowanych przez spółkę, postanowiła działać na rzecz wspierania dobrych praktyk w zakresie sprzedaży usług i obsługi klientów;
2. Operator, jak również inne podmioty oferujące jego usługi, zobowiązują się działać uczciwie i rozważnie, z poszanowaniem interesów wszystkich Odbiorców rynku oraz nie nadużywając swojej pozycji;
3. Stosunki pomiędzy dostawcami a odbiorcami usług powinny być oparte w szczególności na: swobodzie zawierania i wypowiedzania umów, dobrej wierze oraz na zasadzie wspólnej odpowiedzialności;
4. Wszelkie dane osobowe potrzebne do realizacji usług mogą być wykorzystywane jedynie w celu realizacji usług i są chronione zgodnie z przepisami prawa, w tym ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (DZ.U. 2000 nr 12 poz. 136 z późn. zm.).
5. Treść niniejszego kodeksu została opracowana z uwzględnieniem obowiązującego prawa polskiego.

### **Zakres podmiotowy:**

1. Dostawca – Operator lub , podmioty oferujące usługi Operatora;
2. Odbiorcy – Abonenci: osoby fizyczne, w tym Konsumenci, osoby prawne, firmy i instytucje.

### **Przedstawiciele handlowi i doradcy telekomunikacyjni:**

1. Osoby oferujące usługi TelePolska Sp. z o.o. i reprezentujące spółkę w zakresie zawierania i zmiany Umowy, zobowiązane są:
  - a. W celu dokładnej identyfikacji operatora, osoba oferująca usługi ma obowiązek przedstawić się z imienia i nazwiska, jak również w sposób nie budzący wątpliwości, powiadomić, jakiego operatora reprezentuje;



# TELEPOLSKA

- b. Udostępnić Klientowi pełne i kompleksowe informacje o ofercie i warunkach umowy, która będzie realizowana;
- c. Zapewnić profesjonalną pomoc przy realizacji indywidualnego projektu;
- d. Udostępnić pełny pakiet informacji i dokumentów na temat usług oferowanych przez operatora;
- e. Wyrażać się jasno i zrozumiale.

### **Biuro Obsługi Klienta:**

- 1. Osoby odpowiedzialne za kontakty z klientami (w procesie posprzedażowym) TelePolska Sp. z o.o. zajmują się doradztwem i obsługą klientów. Udzielają informacji dotyczących usług oraz zapewniają wsparcie w razie pojawienia się problemów. Informują na temat rachunków, billingów oraz zapewniają pomoc techniczną.
- 2. Osoby kontaktujące się z klientami zobowiązane są:
  - a. Informacje przekazywać w jasny, prosty i zrozumiały sposób,
  - b. Zapewnić dostęp do aktualnych i rzetelnych informacji,
  - c. W szczególności przekazywać wyczerpujące informacje dotyczące aktualnych cen, zakresu świadczonych usług, ofert promocyjnych,
  - d. Reprezentować otwartą i uczciwą postawę wobec klientów,
  - e. Stosować się do zasady uczciwości zawodowej i uprzejmości,
  - f. Przyjmować i rozpatrywać reklamacje zgodnie z trybem określonym w Regulaminie świadczenia usług telekomunikacyjnych przez TelePolska Sp. z o.o.
  - g. Nadzorować czynności zmierzające do usunięcia usterek i Awarii,
  - h. Aktywnie angażować się w rozwiązanie problemów i wyjaśnianie zapytań klientów,
  - i. W ramach swoich kompetencji pomagać klientom, traktować ich ze zrozumieniem i szacunkiem.

### **Standardy dokumentów handlowych:**

- 1. Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych określa w szczególności:
  - a. Strony umowy, w tym nazwę (firmę), adres i siedzibę Operatora,
  - b. Rodzaj świadczonych usług,
  - c. Termin oczekiwania na przyłączenie do sieci lub termin rozpoczęcia świadczenia usług,



# TELEPOLSKA

- d. Okres na jaki została zawarta Umowa, warunki jej przedłużenia i rozwiązania,
  - e. Informacje dotyczące planów taryfowych i pakietów taryfowych,
  - f. Sposób składania zamówień na pakiety taryfowe oraz dodatkowe opcje usługi,
  - g. Okres rozliczeniowy,
  - h. Tryb i warunki dokonywania zmian umowy oraz warunki jej przedłużenia,
  - i. Numery telefonów, dla których realizowane będą usługi telekomunikacyjne, a także adres Zakończenia sieci.
2. Regulamin określa szczegółowe warunki oraz zakres świadczenia usług telekomunikacyjnych przez TelePolska sp. z o.o., w tym:
- a. Zakres świadczonych publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych, ze wskazaniem elementów składających się na opłatę abonamentową;
  - b. Dane dotyczące jakości usług;
  - c. Zakres obsługi serwisowej;
  - d. Sposób i termin rozwiązania umowy;
  - e. Zakres odpowiedzialności z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania umowy, wysokość odszkodowania oraz zasady i terminy jego wypłaty;
  - f. Zasady, tryby i terminy składania oraz rozpatrywania reklamacji;
  - g. Informację o polubownych sposobach rozwiązywania sporów;
  - h. Sposób uzyskania informacji o aktualnym cenniku usług oraz kosztach serwisowych.
3. Oferta handlowa (Cennik Usług, Cennik Promocyjny, Regulamin Promocji) ma w szczególności:
- a. W jednoznaczny sposób określać wysokość opłat za korzystanie z usług, tak aby nie budziła wątpliwości oraz nie wprowadzała w błąd Odbiorcy,
  - b. W sposób czytelny odnosić się do danej usługi, z uwzględnieniem charakteru opłaty i sposobu jej naliczenia (jednorazowa, abonamentowa, za jednostkę itp.),
  - c. Zawierać informacje o Dostawcy (dane teleadresowe),
  - d. Przedstawiać informacje i warunki świadczenia usługi precyzyjnie i jednoznacznie.

### **Realizacja postanowień kodeksu:**

1. Wszelkie sprawy związane z naruszaniem niniejszego kodeksu powinny być zgłaszane od poniedziałku do piątku w godzinach od 9:00 do 19:00 pod numerem telefonu +48 22 397 33 00 fax: +48 22 397 33 99 lub drogą mailową pod adresem [kodeks@telepolska.pl](mailto:kodeks@telepolska.pl). Korespondencję





**TELEPOLSKA**

pisemną prosimy kierować na adres: TelePolska Sp. z o.o., Al. Jerozolimskie 123a, 02-017  
Warszawa.



**TELEPOLSKA**

## Słownik

Abonent – osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nie posiadająca osobowości prawnej, która jest stroną umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej z Operatorem w formie pisemnej.

Awaria – przerwa w działaniu Usługi, z wyłączeniem przerw spowodowanych siłą wyższą, nieprawidłowym działaniem sieci telekomunikacyjnej innego operatora niezarządzanej przez Operatora lub przyczynami leżącymi po stronie Abonenta.

Biuro Obsługi Klienta - dział w wewnętrznej strukturze organizacyjnej Operatora odpowiedzialny za kontakt z Abonentami w sprawach związanych z Usługami.

Cennik Usług – standardowy wykaz cen za Usługi telekomunikacyjne świadczone na rzecz Abonenta przez Operatora, obowiązujący w szczególności w sytuacji zawarcia z Abonentem Umowy na czas nieokreślony lub przekształcenia umowy zawartej z Abonentem na czas określony w ramach promocji lub oferty specjalnej po jej upływie w umowę na czas nieokreślony.

Cennik promocyjny – wykaz cen za Usługi telekomunikacyjne świadczone na rzecz Abonenta, w przypadku zawarcia z Abonentem Umowy na czas określony w ramach promocji lub oferty specjalnej. Cennik promocyjny jest cennikiem szczególnym w stosunku do Cennika Usług.

Konsument – osoba fizyczna wnioskująca o świadczenie publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych lub korzystająca z takich usług dla celów niezwiązanych bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub wykonywaniem zawodu.

Przedstawiciel Operatora – pracownik lub osoba działająca w imieniu i na rzecz Operatora, na podstawie stosownego pełnomocnictwa, uprawniona do składania i przyjmowania oświadczeń woli w zakresie zawierania i zmiany Umowy.

Regulamin – Regulamin Świadczenia Usług Telekomunikacyjnych przez TelePolska Sp. z o.o. z dnia 30 listopada 2009 r..

Regulamin promocyjny – regulamin szczególny w stosunku do Regulaminu, obowiązujący Abonenta w przypadku zawarcia z Abonentem Umowy na czas określony w ramach promocji lub oferty specjalnej.

Umowa – Umowa o Świadczenie Usług Telekomunikacyjnych zawarta na piśmie pomiędzy Operatorem a Abonentem na czas określony lub czas nieokreślony

Usługi – usługi telekomunikacyjne, świadczone na rzecz Abonenta przez Operatora na podstawie zawartej pomiędzy Operatorem a Abonentem pisemnej Umowy.



**TELEPOLSKA**

Ustawa – ustawa z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz.U. Nr 171 poz. 1800 ze zm.), zwana także Prawem telekomunikacyjnym.