



SPOLOČNOSŤ OCHRANY SPOTREBITEĽOV

**SKÚSENOSTI
SPOTREBITEĽOV PRI
NAKUPOVANÍ TEPELNÝCH
ČERPADIEL:
PRED UZATVORENÍM
ZMLUVY**

SLOVENSKO



**SPOLOČNOSŤ
(S.O.S.), POPRAD**

OCHRANY

SPOTREBITEĽOV

PROJEKTOVÁ MANAŽÉRKA

Petra Čakovská
+421 949 314 111
petra.cakovska@spotrebitelov.sk

PROJEKTOVÁ SKUPINA

Kristína Čunderlíková | + 421 948 093 688|
kristina.cunderlikova@marketvision.sk
Anna Mária Ravingerová | + 421 948 629 813|
anna.ravingerova@marketvision.sk
Silvia Marcelli silvia.marcelli@marketvision.sk

VYHLÁSENIE O OCHRANE OSOBNÝCH ÚDAJOV

Podľa kódexu ESOMAR a AAPOR je spoločnosť VALICON povinná chrániť osobné údaje svojich respondentov. VALICON teda všetkými ohľadmi zabraňuje rozpoznaníu identity svojich respondentov. Všetky premenné alebo dátové polia, ktoré by mohli priamo poukazovať na identitu respondenta, sú z databáz a správ vylúčené. Odpovede respondentov sú tiež fyzicky oddelené od ich osobných údajov. Každý pokus o úmyselné zistenie totožnosti respondentov, či už zo strany klienta alebo zo strany spoločnosti VALICON, sa považuje za porušenie vyššie uvedených kódexov.

OBSAH

1	VÝCHODISKÁ VÝSKUMU.....	4
2	METODIKA.....	5
3	ZHRNUTIE.....	7
4	EXISTUJÚCE ZNALOSTI.....	9
	ZHROMAŽĎOVANIE INFORMÁCIÍ.....	9
	ASPEKTY SPOKOJNOSTI.....	12
5	VÝSKUM.....	15
	DÔLEŽITÉ ASPEKTY PRI VÝBERE DODÁVATEĽA TČ ALEBO ZNAČKY....	15
	PRVÝ KONTAKT S DODÁVATEĽOM ALEBO VÝROBCOM.....	18
	PREDZMLUVNÉ INFORMÁCIE POSKYTNUTÉ DODÁVATEĽOM.....	18
	PRVÝ KONTAKT.....	20
	OBHLIADKA.....	20
6	PRED INŠTALÁCIOU.....	20
	PREDPOKLADY A USKUTOČNITEĽNOSŤ.....	22
	TECHNOLOGICKÉ PORADENSTVO.....	25
7	CENOVÁ PONUKA.....	26
	FINANCOVANIE A DOSTUPNÉ DOTÁCIE.....	26
8	ZÁVEREČNÉ ODPORÚČANIA.....	29

1 VÝCHODISKÁ VÝSKUMU

Pri kúpe tepelného čerpadla (ďalej len "TČ") a po jeho inštalácii sa môže všeličo pokaziť a spotrebiteľia často nevedia, kam sa obrátiť a ako problém vyriešiť. Je preto kľúčové vybrať si správne tepelné čerpadlo, pretože ide o zložité zariadenia, ktoré si vyžadujú odbornú inštaláciu.

Predovšetkým je dôležité vybrať si zariadenie so správnou kapacitou. Do zle izolovaných domov sú vhodné vysokoteplotné TČ, zatiaľ čo do novostavby alebo zrekonštruovaného domu možno nainštalovať aj zariadenie s nižším výkonom, ktoré pracuje pri nižšej teplote zdroja vykurovania.

Na zabezpečenie efektívnej prevádzky TČ je často potrebné pred inštaláciou vykonať väčšie alebo menšie úpravy vykurovacieho systému (napr. výmena vykurovacích telies, výmena okien či izolácia budovy). Inštalatér však o tom niekedy zákazníka neinformuje a potrebné úpravy sa preto neurobia, čo môže viesť k neefektívnej spotrebe energie - TČ neposkytuje dostatok tepla, dochádza k tepelným stratám.

Pri výbere značky a dodávateľa tepelného čerpadla väčšina spotrebiteľov nevie, ktorým aspektom venovať pozornosť a tak sa ľahko stanú obeťami podvodníkov či nesprávnej inštalácie. Ak totiž tepelné čerpadlo nefunguje správne, domácnosť to môže stáť zbytočne viac peňazí.

2METODIKA

V júni 2023 spotrebiteľské združenia z Čiech, Španielska, Slovinska a Slovenska prostredníctvom špecializovaných profesionálnych agentúr realizovalo mystery shopping, tzv. Tajné nákupy tepelných čerpadiel. Vzorku 10 tajných kupujúcich (mystery shopperov) tvorili ľudia s reálnym, prvotným záujmom o kúpu tepelného čerpadla, vďaka čomu mohli použiť aj svoje už existujúce vedomosti a informácie, ktoré sme tiež monitorovali. Mystery shopperi na základe svojich reálnych potrieb pre potreby prieskumu mapovali celú skúsenosť, proces a spotrebiteľské postupy pred "kúpou" tepelného čerpadla.

Výskum v rámci tohto projektu pozostával z 5 dotazníkov, ktoré monitorovali (1) už existujúce znalosti a trhové procesy, (2) predpoklady a uskutočniteľnosť, (3) technologické poradenstvo, (4) čas dodania a (5) financovanie. Po vyplnení dotazníkov tajnými zákazníkmi každý z nich absolvoval aj záverečný hĺbkový rozhovor, v ktorom sme samostatne, na individuálnej úrovni prešli ich spotrebiteľské skúsenosti a pocity, aby sme lepšie pochopili, ako celý proces vnímali a čo by chceli zmeniť alebo odporučiť dodávateľovi, s ktorým komunikovali.

V prípade mystery shoppera nebol samotný nákup tepelného čerpadla podmienkou, povinná však bola domáca návšteva – obhliadka inštalatéra (1 vzorka=1 návšteva, každý účastník vyplnil dotazník na základe jednej návštevy). Na Slovensku sme sa zamerali na nasledujúcich dodávateľov tepelných čerpadiel:

	DODÁVATEĽ 1	DODÁVATEĽ 2	REGIÓN
Mystery shopper 1	Alpha Innotec - ait-Slovensko s.r.o.		Myjava
Mystery shopper 2	Geotherm - GEOTHERM Slovakia s.r.o.		Trnava
Mystery shopper 3	Teplochlad - Syners s.r.o.		Bratislava
Mystery shopper 4	Stiebel Eltron - STIEBEL ELTRON Slovakia, s.r.o.		Leopoldov
Mystery shopper 5	Vaillant - Vaillant Group Slovakia, s.r.o.		Dolný Kubín
Mystery shopper 6	Teplochladno - TCH SPACE, s.r.o.		Žilina
Mystery shopper 7	Viessmann - Viessmann, s.r.o.	VKP servis, s.r.o.	Čadca
Mystery shopper 8	Daikin - DAIKIN AIRCONDITIONING CENTRAL EUROPE - SLOVAKIA s.r.o.	Sirux s.r.o.	Nitra

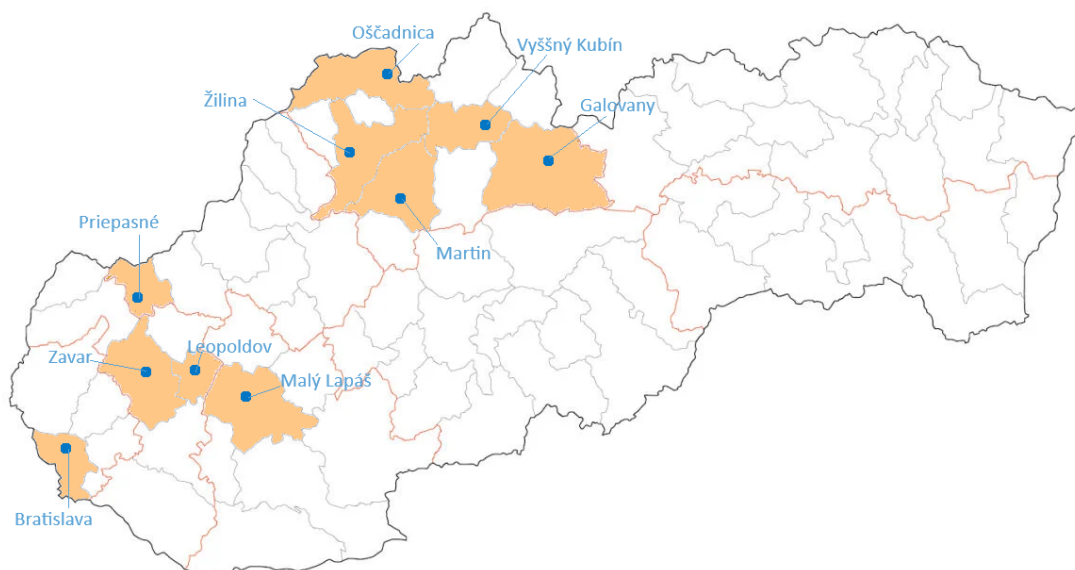
Mystery shopper 9	Klima do domu - KLIMA TREND, spol. s r.o.		Martin
Mystery shopper 10	TATRA CLIMA - Tatra Clima s.r.o.	Pegas - PE.GA.S. s.r.o.	Liptovský Mikuláš

V prípade Nakupujúceho/mystery shoppera 10 bola výmena poskytovateľa potrebná z nasledujúcich dôvodov:

Mystery shoppera 10 prvý dodávateľ Tatra Clima informoval, že najprv je potrebné objednať si externého dodávateľa na obhliadku domu, ktorý posúdi podmienky na mieste a poskytne Tatra Clima odporúčanie na ďalší postup, no táto služba je spoplatnená vo výške 300-400€. Tajného zákazníka informovali, že bez tohto úvodného stretnutia na osobnú obhliadku do jeho domu neprídu.

Neštandardná situácia však nastala aj u v poradí druhého poskytovateľa. Druhá spoločnosť spotrebiteľa informovala, že fyzické obhliadky nehnuteľností zvyčajne nerobí, potenciálni zákazníci ich väčšinou najprv navštívia osobne, aby si dohodli celý proces. Vtedy spotrebiteľ poskytne aj všetky potrebné dokumenty týkajúce sa danej nehnuteľnosti. Na základe tejto dokumentácie potom odporučia vhodné riešenie. Celý proces teda prebiehal najmä prostredníctvom e-mailovej komunikácie a na základe elektronickej dokumentácie poskytnutej kupujúcim.

UPOZORNENIE: Mystery shopperka bola presvedčená, že ak by sa kancelária tohto v poradí druhého dodávateľa nenachádzala 60 km od jej nehnuteľnosti a časový harmonogram projektu by nebol taký striktný, podarilo by sa jej dodávateľa presvedčiť, aby k nej na osobnú obhliadku do jej domu prišiel.



Obrázok 1: Štruktúra regionálnej vzorky

3 ZHRNUTIE

AKO NÁJŠŤ DODÁVATEĽA TEPELNÉHO ČERPADLA? POSKYTUJU VEREJNÉ ORGÁNY ALEBO VÝROBCOVIA ZOZNAM CERTIFIKOVANÝCH INŠTALATÉROV?

Verejne dostupný zoznam inštalatérov tepelných čerpadiel na Slovensku nemáme.

Domácnosti môžu získať podporu na inštaláciu tepelných čerpadiel v rámci programu Slovenskej inovačnej a energetickej agentúry (SIEA) Zelená domácnostiam (<https://zelenadomacnostiam.sk/sk/domacnosti/podporovane-zariadenia/tepelne-čerpadla/>) alebo v rámci programu Slovenskej agentúry životného prostredia (SAŽP) s ázvom Obnov dom (<https://obnovdom.sk/>).

SIEA na svojej stránke zverejňuje zoznam dodávateľov, ktorí môžu o príspevok žiadať, no nekontroluje ich kvalitu, históriu či finančnú spôsobilosť a mnohé tam zverejnené kontakty sú neaktuálne, čiže tento zoznam nie je efektívnou pomôckou pre spotrebiteľov.

- **Hlavným zdrojom informácií je internet a informácie sa dajú ľahko nájsť:**

Spotrebiteľia sledujú najmä výsledky vygenerované vyhľadávačom na základe kľúčových slov (1) tepelné čerpadlo, následne si prezerajú (2) konkrétnych výrobcov a ďalšie informácie (3) získavajú z odkazov na spotrebiteľských online fórach.

- **Môžete sa obrátiť buď na výrobcu alebo kontaktovať priamo montážnu firmu:**

Po priamom kontakte výrobcu zväčša spotrebiteľ odkáže na svojho inštalatéra alebo partnerskú montážnu spoločnosť. Ďalším spôsobom potenciálneho kontaktu je priame oslovenie inštaláčnej spoločnosti, ktorá odporučí konkrétneho výrobcu a celú realizáciu zabezpečí.

Ako dlho trvá návšteva inštalatéra u spotrebiteľa, aby dokázal posúdiť, či je tepelné čerpadlo vhodným riešením pre rodinný dom?

Tepelné čerpadlá sú typom produktu a súvisiacich služieb, pri ktorých zákazníci automaticky očakávajú, že príprava a realizácia ponuky bude trvať dlhšie. K rozhodnutiu nepristupujú impulzívne, ale zvažujú ho určitý čas, no napriek tomu:

- **Proces mystery shoppingu nebol úplne štandardný**, čo sa úvodných pokynov k projektu týka, pretože:
Dve z desiatich najskorších možných obhliadok domácností sa uskutočnili do 3 až 6 pracovných dní.
6 z 10 návštev sa uskutočnilo do 8 až 12 pracovných dní.

Čo sa týka neštandardných situácií, v 1 prípade nebola návšteva možná vôbec a celý proces Mystery shoppera 10 dodávateľ predĺžil takmer o mesiac.

- **V reálnych situáciách sa dĺžka čakania na obhliadku môže veľmi líšiť v závislosti od tlaku spotrebiteľov:**

V niektorých prípadoch môžu spotrebiteľia čakať dlhšie, pretože za štandardných okolností nie sú takí motivovaní, aby dodržali termíny stanovené projektom. Na druhej strane sa však spotrebiteľ môže obrátiť aj na inú spoločnosť, ktorá bude pružnejšia alebo sa naopak celý proces ešte predĺži.

UPOZORNENIE: V niektorých prípadoch sa tento proces mohol predĺžiť aj z dôvodu jarných prázdnin, ktoré v jednotlivých regiónoch západného, stredného a východného Slovenska prebiehajú v rôznych týždňoch.

Aké sú skúsenosti spotrebiteľa s dodávateľmi?

- **Spotrebiteľia boli spokojní s odbornou spôsobilosťou inštalatérov, ich vystupovaním a prístupom, nie všetci však boli dostatočne kompetentní v oblasti financovania a s tým súvisiacich otázok.** Vzhľadom na súčasnú situáciu a vysoký dopyt mystery shopperi nemali pocit, že by ich do objednávky tlačili, čo, až na dve výnimky, potvrdzuje aj absencia akéhokoľvek následného kontaktu po zaslaní ponuky.

Aké ceny ponúkajú montážne firmy spotrebiteľom?

Dodávateľia priamo pri obhliadke predložili predbežnú ponuku s cenami za tepelné čerpadlo, inštaláciu a potrebné úpravy spojené s inštaláciou. Spotrebiteľom tiež poskytli možnosť riešiť si potrebné úpravy v domácnosti samostatne, aby ušetrili ďalšie náklady na celkovú realizáciu. Pre zákazníkov je výhodou, keď dodávateľ v cenovej ponuke uvedie aj potenciálne úspory a návratnosť investície.

Po obhliadke inštalatér zvyčajne pošle jednu ponuku na tepelné čerpadlo, ktoré považuje za najvhodnejšie. Len dvaja poskytovatelia ponúkli dve riešenia. Mystery shopperom ponúkli nasledujúce ceny (POSKYTOVATEĽ - CENA v EUR):

- VKP servis - 7 028 €
- Pegas - 8 424,76 € a 8 594,76 €
- Klimatrend - 9 042 €
- Sirux - 9 082,38 €
- Vaillant - 9 604 €
- Geotherm: 9 834,83 €
- Stiebel - 9 180,00 € a 11 391,36 €
- Teplochladno - 13 932,62 €
- Syners - 14 398,80 €

4 EXISTUJÚCE ZNALOSTI

Pred prieskumom mali tajní zákazníci väčšinou len všeobecné znalosti o problematike tepelných čerpadiel. **Deväť z desiatich nakupujúcich sa o svoje možnosti zaujímalo už predtým, ale skôr pasívnejším spôsobom** (internet, komunikácia s ľuďmi, ktorí už tepelné čerpadlo majú). Jedinou výnimkou bol nakupujúci, ktorý sa o tepelné čerpadlo prvýkrát zaujímal už pred 5 rokmi. Jeho záujem v priebehu rokov pretrvával, nakupujúci si podľa vlastných slov urobil pomerne podrobný prieskum na internete a prostredníctvom komunikácie so známymi a priateľmi, ktorí už mali nejaké znalosti alebo skúsenosti s procesom výberu, nákupu a samotnou inštaláciou tepelného čerpadla.

Motiváciou pre zákazníkov, ktorí **zvažovali kúpu TČ, boli najmä nasledujúce faktory:**

- 1/ zvýšenie cien energií a paliva bolo dôvodom pre 9 z 10 kupujúcich,**
- 2/ efektívnejší systém vykurovania ako ten súčasný bol dôvodom pre 3 z 10 kupujúcich**
- 3/ pre 2 z 10 kupujúcich bola dôležitá pohodlnejšia manipulácia ako pri kúrení drevom**
- 4/ ekologickejší vykurovací systém ako ten súčasný uviedol ako dôvod 1 z 10 kupujúcich**

Na základe ďalšieho výskumu tejto témy nakupujúci zistili, že tepelné čerpadlá sú už známe ako jedna z možných alternatív vykurovania, vedeli, že na túto investíciu možno získať štátne dotácie a väčšinou mali aj pozitívne sprostredkované skúsenosti.

Napriek tomu stále existuje značná miera neistoty, čo sa dostupnosti riešení tepelných čerpadiel pre staršie domy a súvisiace požiadavky na dotácie týka.

V minulosti sa touto témou spotrebiteľia najmä z dôvodu vysokých investičných nákladov podrobnejšie nezaoberali.

4.1 ZHROMAŽĎOVANIE INFORMÁCIÍ

9 z 10 nakupujúcich využilo na získanie ďalších informácií o tepelných čerpadlách **rôzne online zdroje** (vyhľadávanie kľúčových slov v Googli, ako napríklad "tepelné čerpadlá", recenzie na spotrebiteľských fórach, sociálne siete, webové stránky výrobcov, spoločností zaoberajúcich sa inštaláciou vykurovania a dodávateľov elektriny a plynu).

7 z 10 nakupujúcich požiadalo o odporúčanie svojich priateľov a rodinu. Na základe ďalšieho prieskumu informácie a odporúčania, ktoré dostali z úst do úst, predstavovali sprostredkované skúsenosti ľudí v ich okolí/spoločenskom kruhu, ktorí už majú TČ, najmä v kontexte s ich spokojnosťou a dosiahnutými

úsporami nákladov (informácie a odporúčania sa netýkali procesu výberu a kúpy ako takej).

Len 2 z 10 nakupujúcich konzultovali túto tému s nezávislým odborníkom.

Podrobnejší prehľad informačných zdrojov, ktoré záujemcovia o tepelné čerpadlá využívajú v nasledujúcom grafe.



Obrázok 2: Kde ste hľadali a našli informácie o spoločnosti HP?

Deväť z desiatich mystery shopperov, ktorí hľadali informácie na internete a pamätali si aj konkrétne webové stránky, uviedlo nasledujúce zdroje, kde získali ďalšie informácie o tepelných čerpadlách:

- <https://www.viessmann.sk/sk/obytno-budovy/tepelne-cerpadla/tepelne-cerpadla-zemvoda.html>
- <https://www.bosch-thermotechnology.com/sk/sk/ocs/rodinne-a-bytove-domy/tepelne-cerpadla-vzduch-voda-1141509-c/>
- <https://www.vaillant.sk/pre-zakaznikov/produkty/produktova-skupina/tepelne-cerpadla/>
- https://www.daikin.sk/sk_sk/produktove-skupiny/technologie-lt-tepelneho-cerpadla-typu-vzduch-voda.html
- www.energie-portal.sk
- www.heureka.sk
- www.siea.sk
- https://www.sse.sk/domacnosti/elektrina/zelena-energia-od-sse?page_id=10554

- <https://vykurovanie24.sk/magazin/tepelne-cerpadla/ako-vybrat-tepelne-cerpadlo-pre-rodinny-dom/>
- <https://www.energie-portal.sk/Dokument/ako-vybrat-tepelne-cerpadlo-105369.aspx>
- www.zelenadomacnostiam.sk
- <https://www.buderus.com/sk/sk/>
- klikmania.sk
- attack.sk
- modrastrecha.sk
- stiebel-eltron.sk
- www.vaillant.sk
- www.zse.sk

Troma top najviac využívanými zdrojmi **najužitočnejších a naj dôveryhodnejších informácií** o tepelných čerpadlách boli:

- 1/ odporúčania priateľov a rodiny pre 5 z 10 nakupujúcich**
- 2/ 5 z 10 mystery shopperov vyhládávalo info na Google, pričom zadávali názov/značku produktu a jeho vlastnosti**
- 3/ fóra, blogy a komentáre zákazníkov o TČ boli zdrojom pre 4 z 10 zákazníkov**

Ďalšie podrobnosti v nasledujúcej tabuľke.

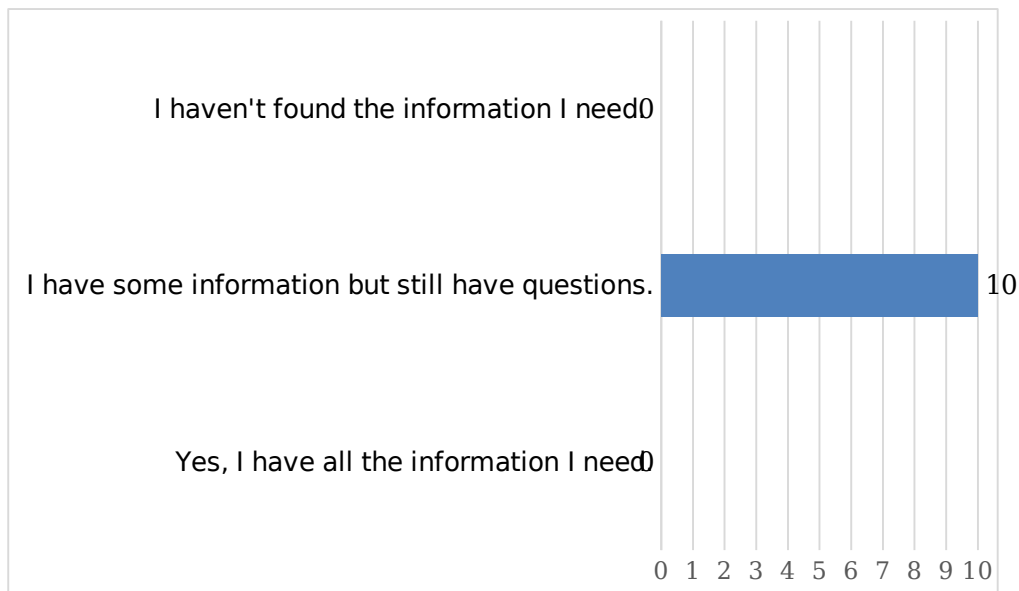


Obrázok 3: Kde ste podľa vášho názoru získali najužitočnejšie a naj dôveryhodnejšie informácie o spoločnosti HP?

4.2 ASPEKTY SPOKOJNOSTI

Aspekty spokojnosti s dostupnosťou informácií a poskytnutých vysvetlení.

Všetci nakupujúci uviedli, že sa im podarilo získať "veľa informácií", ale **nie všetky informácie, ktoré potrebovali**.

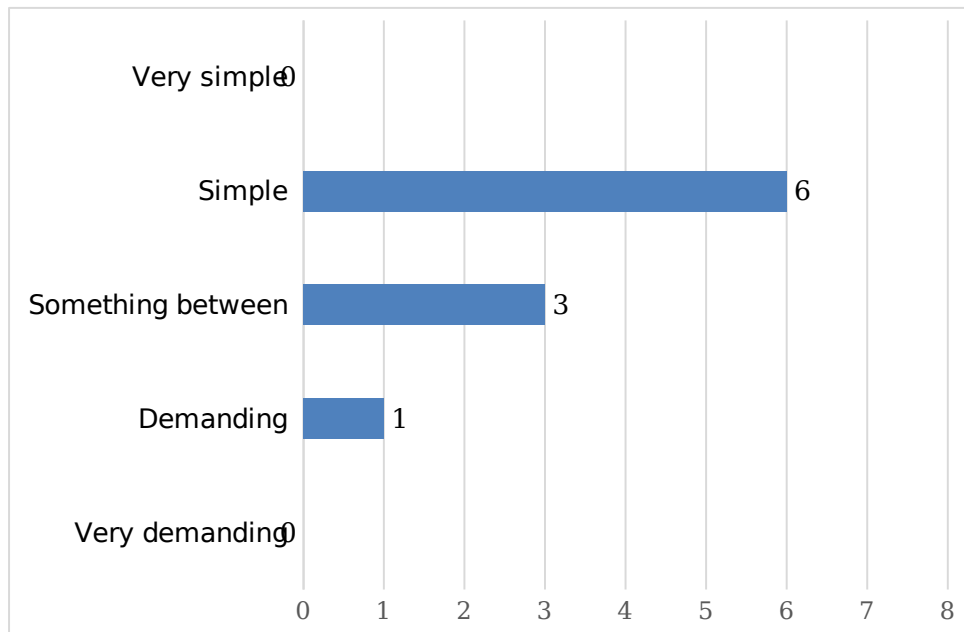


Obrázok 4: Získali ste pri vyhľadávaní informácií (niektorým z vyššie uvedených spôsobov) všetky dôležité informácie súvisiace s výberom a kúpou TČ?

Ďalší prieskum tejto otázky preukázal existenciu stále nezodpovedaných otázok a výziev a bola zistená aj značná miera neistoty, ktorá sa týkala:

- nedostatku dôkazov/reálnych skúseností, o ktorých by sa zákazníci mohli presvedčiť na vlastné oči,
- záruku, že sa TČ skutočne oplátí a že bude skutočne fungovať

6 z 10 nakupujúcich uviedlo, že vyhľadávanie informácií bolo jednoduché, pre 3 to bolo stredne náročné a len 1 respondent to považoval za náročné.



Obrázok 5: Ako ľahko ste našli informácie o HP?

5 z 10 mystery shopperov boli s nájdenými informáciami spokojní, 4 z 10 neboli ani spokojní, ani nespokojní a len 1 respondent uviedol nespokojnosť.



Obrázok 6: Ste spokojní s informáciami o HP, ktoré ste doteraz našli?

Čo mystery shopperov potešilo pri vyhľadávaní informácií - pozitívna skúsenosť:

- **"veľa" informácií je dostupných online:**
Napriek tomu nie sú všetky informácie dostupné online.
- **informácie dostupné na internete sa dajú ľahko nájsť:**
Len jedna osoba tvrdila, že vyhľadávanie informácií bolo náročné.
- **vyhľadávanie na Google so zadaním názvu výrobku/značky a vlastností, online fóra, blogy a komentáre zákazníkov o tepelných čerpadlách sú považované za užitočné a dôveryhodné:**
Okrem ústneho podania a odporúčaní od rodiny a priateľov ide o druhý z troch najužitočnejších a najdôveryhodnejších zdrojov.
- **väčšina mystery shopperov bola s úrovňou získaných informácií buď spokojná alebo ani spokojná, ani nespokojná:**
len 1 osoba bola nespokojná so zistenými informáciami.

Co shopperov zaskočilo pri vyhľadávaní informácií - negatívna skúsenosť:

- **nedostatok dôkazov/reálnych skúseností a záruk:**
Spotrebiteľia hľadajú uistenie, že riešenie bude fungovať tak, ako sa všeobecne tvrdí.
- **iba 2 z 10 spotrebiteľov sa obrátili na nezávislého odborníka:**
Hlavným zdrojom informácií je internet a ústne podanie, výrobcovia a inštalatéri by preto mali ďalej zlepšovať a aktualizovať svoje online komunikačné zdroje.

5VÝSKUM

5.1 DÔLEŽITÉ ASPEKTY PRI VÝBERE DODÁVATEĽA TEPELNÉHO ČERPADLA ALEBO ZNAČKY

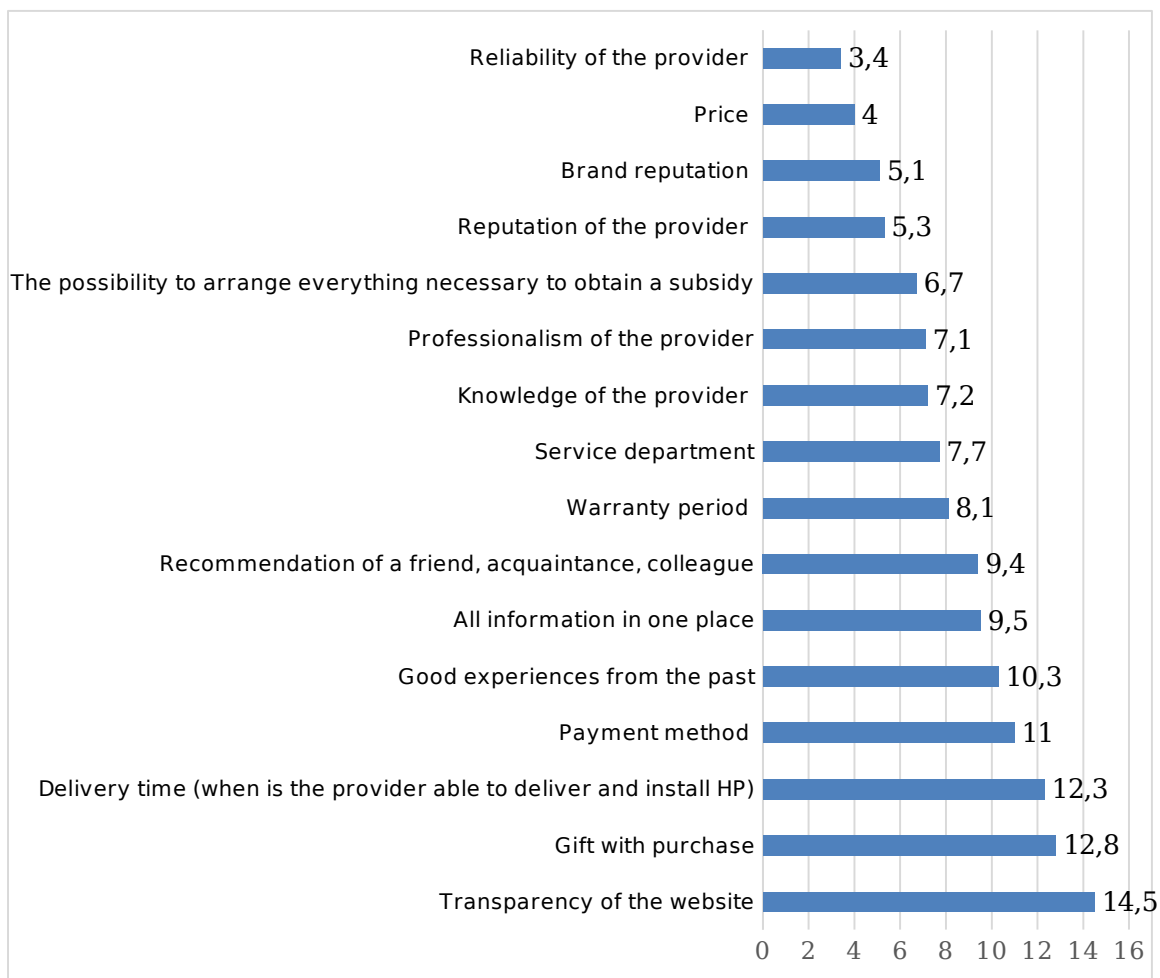
Čo je pre vás dôležité pri výbere dodávateľa alebo značky TČ?

5 najdôležitejších kritérií pri výbere dodávateľa alebo značky TČ:

1. spoľahlivosť dodávateľa
2. cena
3. povest' značky
4. povest' dodávateľa
5. podpora pri získaní štátnej dotácie

Na základe vyššie uvedených výsledkov **spotrebitelia v zásade hľadajú spoľahlivého dodávateľa s dobrou povestou a značku tepelného čerpadla s dobrou reputáciou za dobrú cenu s možnosťou vybaviť všetko potrebné na získanie dotácie.**

Ďalšie kritériá sú zoradené podľa jednoduchého priemerného výpočtu – respondenti ich mali zoradiť od 1 do 17, pričom kritérium s poradovým číslom 1^t považujú za najdôležitejší:



Obrázok 7: Označte dôležitosť každého tvrdenia, číslo 1 je najdôležitejšie.

Uvedte podľa stupňa dôležitosti, ktoré kritériá/aspekty ovplyvňujú výber dodávateľa tepelného čerpadla a vysvetlite prečo.

V rámci projektu sme získali aj ďalšie poznatky o dvoch najčastejších kritériách, ktoré ovplyvňujú výber dodávateľa TČ:

- Aspekty týkajúce sa dodávateľa a značky (poradie 1, 3, 4, ...):**
 Ďalšia analýza tejto otázky preukázala, že pre zákazníkov je dôležitá **spoľahlivosť, pripravenosť a odbornosť** dodávateľov. Komunikácia zo strany dodávateľov je pri tom kľúčová, keďže v niektorých prípadoch sa spotrebiteľia s poskytovateľmi ani nekontaktovali alebo im neposlali všetky dokumenty napriek tomu, že sa s nimi na tom vopred dohodli. Pozitívne bolo vnímané, keď dodávatelia dokázali odpovedať na technické otázky, aj otázky o výhodách tepelných čerpadiel tak, aby **komunikácia bola zrozumiteľná aj pre laikov** a vedeli navrhnúť konkrétne riešenia. Výrazne sa odporúča používanie vizuálnych pomôcok, viacerí mystery shopperi považovali za negatívum, keď dodávateľ opomenul ich použitie počas procesu predaja. Pre mystery shopperov bolo dôležité, aby sa

konzultovaná ponuka týkala priamo ich nehnuteľnosti a vychádzala presne z ich potrieb a individuálnej situácie.

- **Kritériá súvisiace s cenou a dotáciami** (poradie 2, 5, ...):
Cena je podľa mystery shopperov druhým najdôležitejším kritériom pri výbere tepelného čerpadla. Ďalšia analýza tejto otázky ukázal, že spotrebiteľia ocenia, keď **ich dodávateľia** môžu a vedia **bližšie oboznámiť** aj s rôznymi **možnosťami financovania nákupu**, keďže nie každý dodávateľ sa touto otázkou počas predajného procesu zaoberal alebo ju spomenul len veľmi okrajovo. Mystery shopperi hodnotili pozitívne, keď dodávateľ možnosť získania dotácie nielen spomenul, ale vysvetlil aj možnosť jeho asistencie **pri získaní dotácie alebo možnosť celý tento proces v mene spotrebiteľa aj zrealizovať.**

Podrobne vysvetlite rôzne komunikačné kanály používané na kontakt s dodávateľom. Vybrané metódy vysvetlite (telefón, mail, fyzický kontakt).

- **Zákazníci si vyberajú spôsob komunikácie podľa toho, ako rýchlo potrebujú záležitosť vybaviť a kedy sa k tomu dostanú:**
Např. večer spotrebiteľia uprednostňujú vyplnenie online formulára alebo odoslanie e-mailu. Online formulár ako jednoduché riešenie uprednostňujú viacerí mystery shopperi. Na druhej strane e-mail má výhodu preukázateľnej komunikácie. Výhodou online dopytu tiež je, že dodávateľ spotrebiteľa kontaktuje, keď má čas a môže sa mu dostatočne venovať.
- **Ak zákazníci potrebujú informácie hneď, kontaktujú spoločnosť telefonicky:**
Např. v prípadoch, keď z časových dôvodov potrebujú obhliadku zorganizovať čo najskôr.
- **Osobnú návštevu v kamennej prevádzke dodávateľa si ako alternatívu nevybral nik a v skutočnosti by ju ani neuskutočnili, pretože:**
Predpokladajú, že pre tento produkt a službu je nevyhnutná návšteva dodávateľa v ich nehnuteľnosti, aby bolo možné posúdiť reálne ich technologické a klimatické možnosti, čo je možné dohodnúť online alebo telefonicky.
- **Telefonické hovory alebo e-maily umožňujú flexibilné zdieľanie informácií:**
Výhodou je, že mystery shopperi pri telefonickom rozhovore alebo e-mailom poslali prvotné informácie o nehnuteľnosti a súčasnej technickej situácii, čo umožnilo dodávateľovi prísť na obhliadku pripravený.
- **Veľkým negatívom je, keď dodávateľ na žiadosť nereaguje a potenciálny zákazník ju musí urgovať:**
Mimo projektu, v reálnom živote by to urobili len ak v danej oblasti nie je iná konkurencia alebo ak by mali skutočne pozitívne referencie o tomto dodávateľovi.

5.2 PRVÝ KONTAKT S POSKYTOVATEĽOM TČ ALEBO VÝROBCOM

Ako ste kontaktovali poskytovateľa TČ?

Mystery shopperi si zvolili tieto INICIAČNÉ spôsoby kontaktu:

- **online formulár**, 8 z 10 mystery shopperov
- **e-mail**, 1 z 10 mystery shopperov
- **telefonický hovor**, 1 z 10 mystery shopperov

Nikto z mystery shopperov nekontaktoval dodávateľa INICIATÍVNE osobne v kancelárii alebo v sídle spoločnosti.

Podrobne opíšte kontakt s konzultantom.

- KROK 1: Mystery shopperi poslali dodávateľom žiadosť prostredníctvom online kontaktného formulára (8x) na webe, kontaktovali ich telefonicky (1x) alebo e-mailom (1x).
- KROK 2: 9 z 10 nakupujúcich dodávateľa kontaktovali späť do 3 dní. V 1 prípade sa spotrebiteľovi nikto neozval, takže musel poskytovateľa kontaktovať ešte raz.
- KROK 3: Počas prvého kontaktu boli prediskutované základné informácie o spotrebiteľovi a jeho nehnuteľnosti, aj dôvody jeho záujmu o tepelné čerpadlo. Na konci rozhovoru si dohodli termín osobnej obhliadky domu. S výnimkou jedného prípadu, keď sa obhliadka neuskutočnila z dôvodu väčšej vzdialenosti a termínu danému na realizáciu projektu.

Mystery shopperi by VO VŠEOBECNOSTI volili nasledujúce spôsoby kontaktu:

- **online formulár**, 8 z 10 nakupujúcich
- **e-mail**, 5 z 10 nakupujúcich
- **telefonát**, 5 z 10 nakupujúcich

Žiadny z nakupujúcich vy VŠEOBECNE nekontaktoval dodávateľa osobne v kamennej predajni alebo v sídle spoločnosti.

5.3 INFORMÁCIE POSKYTNUTÉ POSKYTOVATEĽOVI TČ ALEBO VÝROBCOM

Aké informácie ste museli poskytnúť?

Mystery shopperi museli poskytnúť:

základné osobné údaje:

- meno (10x), priezvisko (10x), adresa (8x), telefónne číslo (10x) a e-mail (10x)

informácie týkajúce sa nehnuteľností:

- región, v ktorom sa nehnuteľnosť nachádza (8x), existujúci zdroj vykurovania (7x), štvorcové metre vykurovanej plochy (7x), typ nehnuteľnosti (7x), počet odberateľov teplej vody (3x), solárna elektrárňa (1x)

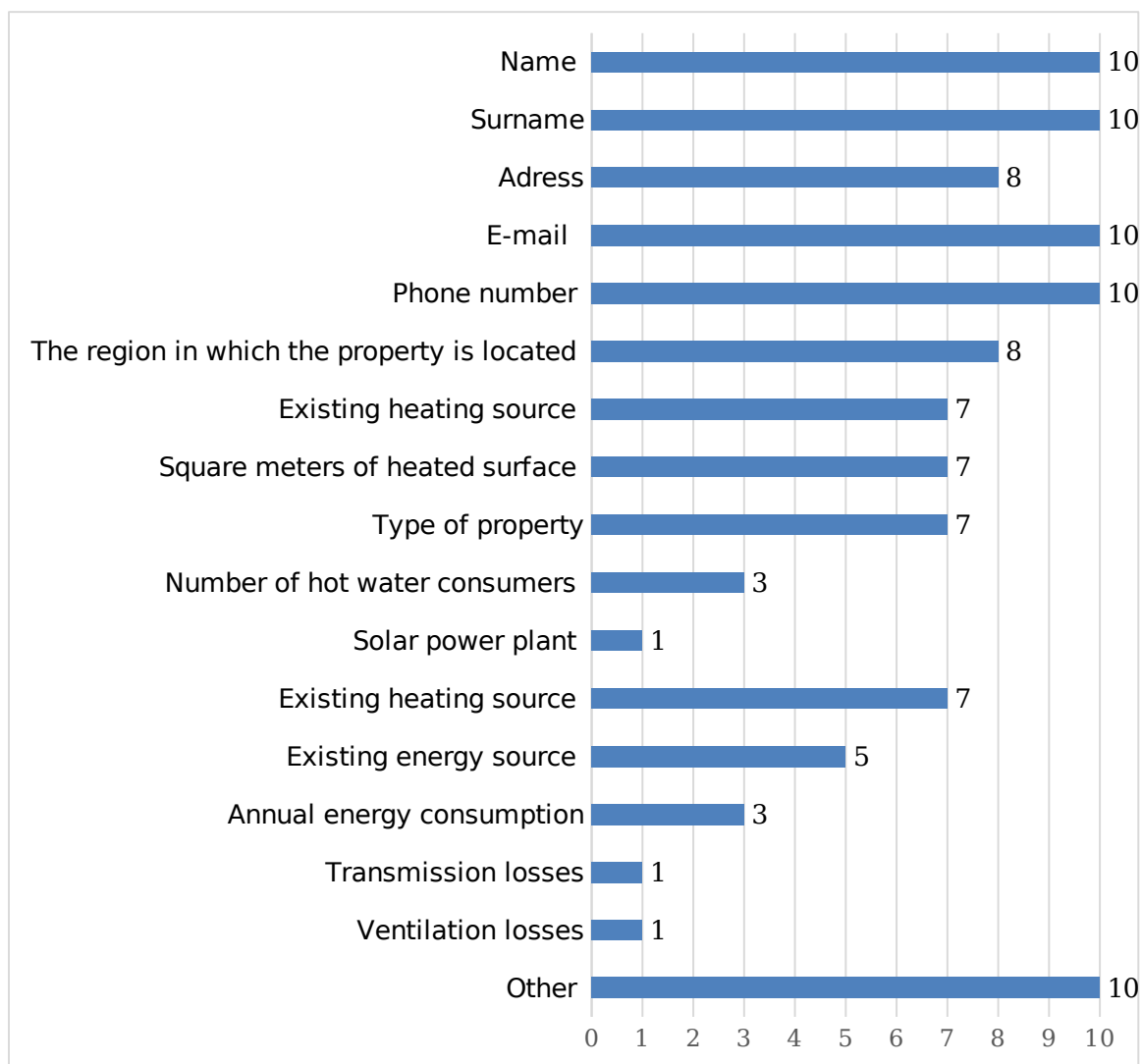
informácie o spotrebe energie:

- existujúci zdroj vykurovania (7x), existujúci zdroj elektrickej energie (5x), výška ročnej spotreby energie (3x)

technické informácie:

- prenosové straty (1x), ventilačné straty (1x)

iné informácie (10x)



Obrázok 8: Informácie o mystery shopperoch požadované dodávateľmi.

5.4 ČAS DO PRVÉHO KONTAKTU

Koľko trvalo, kým vás po zaslaní vašej žiadosti dodávateľ prvý krát kontaktoval?

Dodávatelia kontaktovali 9 z 10 mystery shopperov do 3 dní.

V jednom prípade sa mystery shopperovi nikto neozval, takže musel dodávateľa kontaktovať ešte raz.

5.5 PRVÝ ROZHOVOR S DODÁVATEĽOM

O čom ste diskutovali počas prvého kontaktu s dodávateľom?

Počas prvého kontaktu mystery shopperov s dodávateľmi im poskytli osobné údaje a prediskutovali špecifiká jednotlivých nehnuteľností. Dodávatelia sa zaujímali o to, kde sa dané nehnuteľnosti nachádzajú, aký vykurovací systém v súčasnosti používajú, z akého materiálu je nehnuteľnosť postavená a pod.

Dodávatelia sa zaujímali aj o dôvody mystery shopperov vybrať si tepelné čerpadlo či záujem o konkrétne typy TČ.

Na konci prvého rozhovoru si mystery shopperi dohodli s dodávateľom termín osobnej obhliadky nehnuteľnosti.

6 PRED INŠTALÁCIOU

*Podrobne opíšte návštevu dodávateľa a uveďte všetky informácie, ktoré vám počas nej poskytol. **Opíšte všetky kontaktné miesta v čase návštevy.***

Výsledkom 9 z 10 kontaktov mystery shopperov s dodávateľmi bola osobná obhliadka technika v dome mystery shoppera.

Deväť návštev trvalo v priemere 57 minút. Najdlhšia návšteva mala 90 minút a najkratšia 30 minút. Návšteva najčastejšie trvala 60 minút (3x).

Počas osobnej obhliadky sa technici správali ako skúsení odborníci. **Snažili sa zákazníkom vysvetliť proces inštalácie, prevádzky aj všetky výhody TČ.**

Postup pri obhliadkach nehnuteľností možno zhrnúť do nasledujúcich krokov:

- KROK 1: Na začiatku celého procesu technici zhodnotili súčasný vykurovací systém používaní mystery shoppermi.
- KROK 2: Následne vykonali obhliadku domu a pokúsili sa nájsť riešenie na inštaláciu tepelného čerpadla. Mystery shopperi vnímali pozitívne, keď technici pri obhliadke použili vizuálne pomôcky ako napríklad fotografie už zrealizovaných inštalácií. V jednom prípade bol mystery shopperovi dokonca pustený zvuk, ktorý tepelné čerpadlo vydáva.

- KROK 3: Počas obhliadok mystery shopperi s technikmi preberali aj možnosti financovania.
Počas 6 z 10 obhliadok sa technik spontánne zmienil o rôznych možnostiach financovania.
Počas 8 z 10 obhliadok sa technici spontánne zmienili o možnosti získať štátnu dotáciu.
Počas 7 z 10 obhliadok ponúkol technik mystery shopperovi pomoc pri získaní štátnej dotácie.
- KROK 4: Mystery shopperi tiež vnímali pozitívne, keď im technici oznámili približnú cenu navrhovaného technického riešenia už počas obhliadky.

Ďalšie pozitívne skúsenosti mystery shopperov:

- **Flexibilná realizácia osobných obhliadok nehnuteľností v čase, ktorý vyhovuje spotrebiteľovi:**
Ideálne je spotrebiteľa informovať vopred, koľko času si má na obhliadku vyčleniť.
- **Profesionálny prístup dodávateľa:**
Keď je od prvého momentu zrejmé, že ide odborníka vo svojom odbore, ktorý vie, čo robí, zaujíma sa o situáciu mystery shoppera a poskytne mu konkrétne rady a odporúčania. Svoje vyjadrenia zároveň podporuje vizuálnymi pomôckami.
- **Nezáväzná ponuka už počas obhliadky.**
- **Poradenstvo nad rámec témy týkajúcej sa tepelných čerpadiel.**
- **Informácie o dostupných dotáciách a možnosti pomoci pri jej získaní zo strany dodávateľa.**

Ďalšie negatívne skúsenosti mystery shopperov:

- **Osobná ohliadka nie je možná:**
Buď z dôvodu nedostatku času, veľkej vzdialenosti alebo jej spoplatnenia.
- **Dodávateľ nemá na spotrebiteľa dostatok času:**
Ak má spotrebiteľ dojem, že dodávateľ sa ponáhľa, vynecháva témy dôležité pre spotrebiteľa.
- **Informácie sú podávané príliš technicky:**
Spotrebiteľ má dojem, že nerozumie, čo mu dodávateľ hovorí. Technici musia používať jednoduchý a zrozumiteľný jazyk,
- **Uvoľnený prístup inštalátora:**
Keď dáva spotrebiteľovi pocítiť, že pri súčasnom veľkom dopyte firmy ako on nemusia o zákazníka bojovať,
- **Žiadna komunikácia o financovaní:**
Odpovede na otázky o cenách a dostupných možnostiach financovania sú pre spotrebiteľov kľúčové.

Hlavné dôvody spokojnosti mystery shopperov s obhliadkou

- Profesionalita a odborný prístup
- Časová flexibilita technikov
- Schopnosť vysvetliť výhody ponúkaného riešenia (vrátane vizualizácie) spôsobom, ktorému spotrebiteľ rozumie

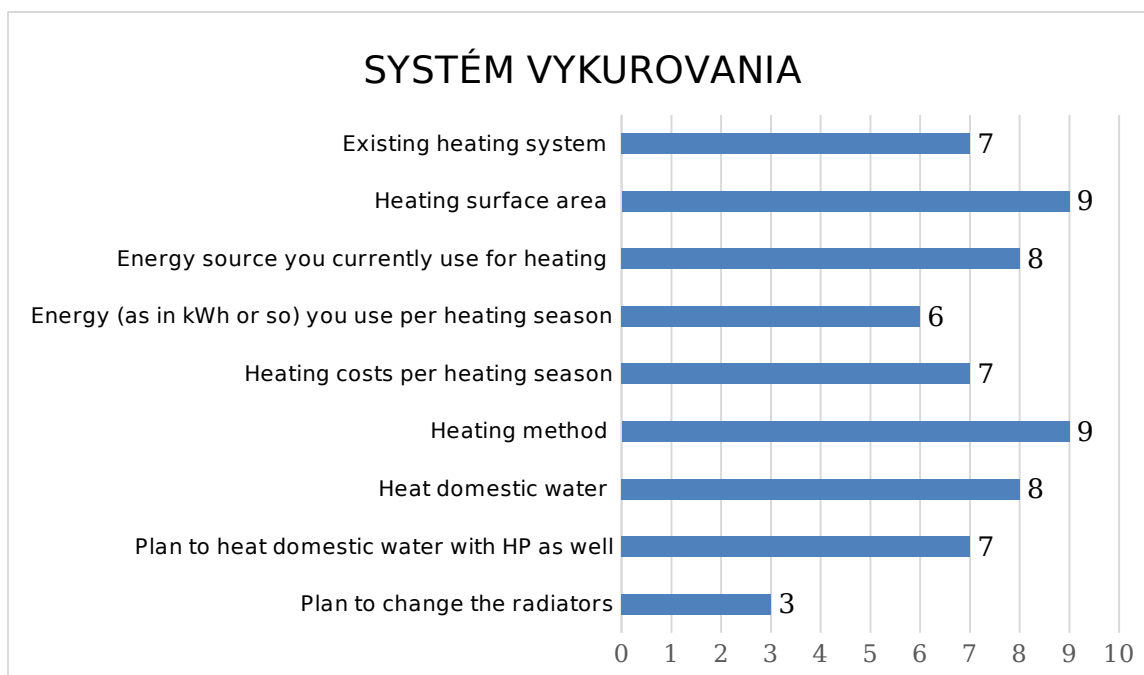
ešte počas osobnej obhliadky

- Odporúčania týkajúce sa možností financovania a získania štátnych dotácií.

6.1 PREDPOKLADY A USKUTOČNITEĽNOSŤ

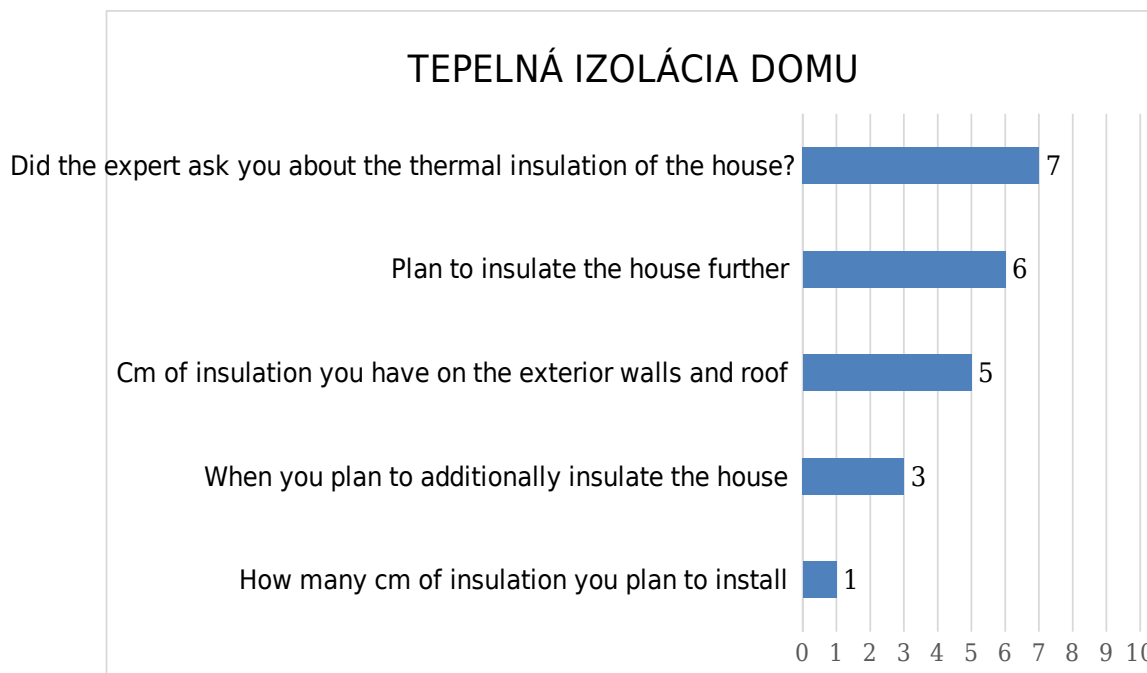
Dodávatelia na mieste posúdili či sú nehnuteľnosti mystery shopperov vhodné na inštaláciu tepelných čerpadiel.

Čo sa súčasného vykurovacieho systému týka, technici položili nasledujúce otázky:



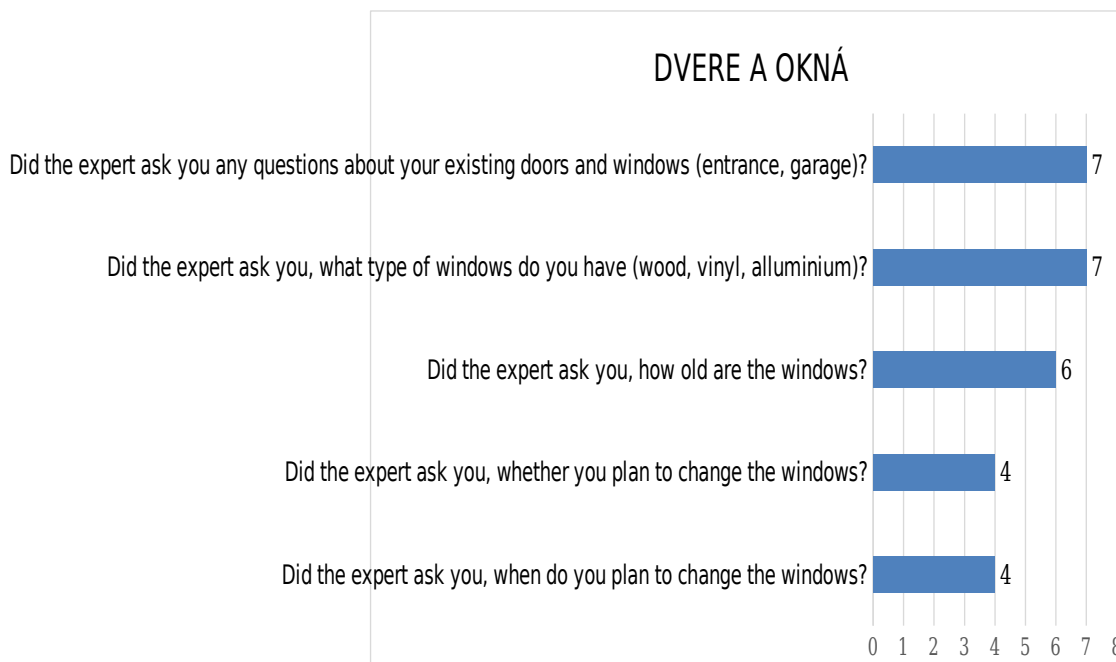
Obrázok 9: Informácie, ktoré sa priamo pýtali na vykurovací systém.

Pokiaľ ide o tepelnú izoláciu domu, inštalatér položil nasledujúce otázky:



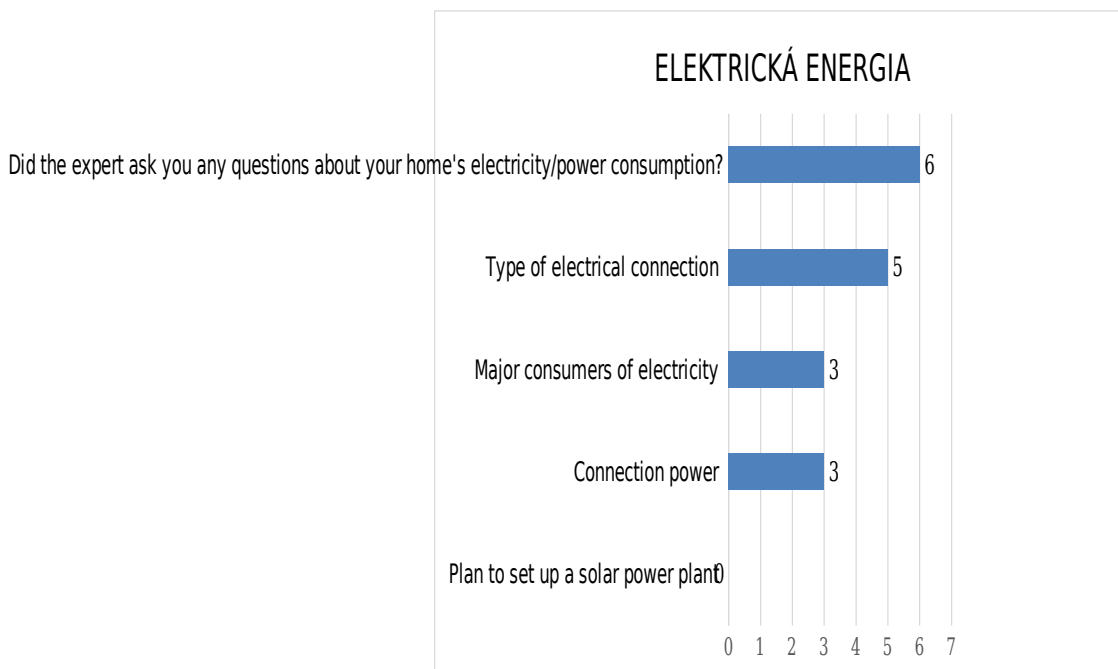
Obrázok 10: Otázky týkajúce sa priamo tepelnej izolácie danej nehnuteľnosti.

V prípade dverí a okien kládli inštalatéri nasledujúce otázky:



Obrázok 11: Otázky, ktoré sa priamo týkali dverí a okien.

Otázky technikov týkajúce sa elektrickej energie:

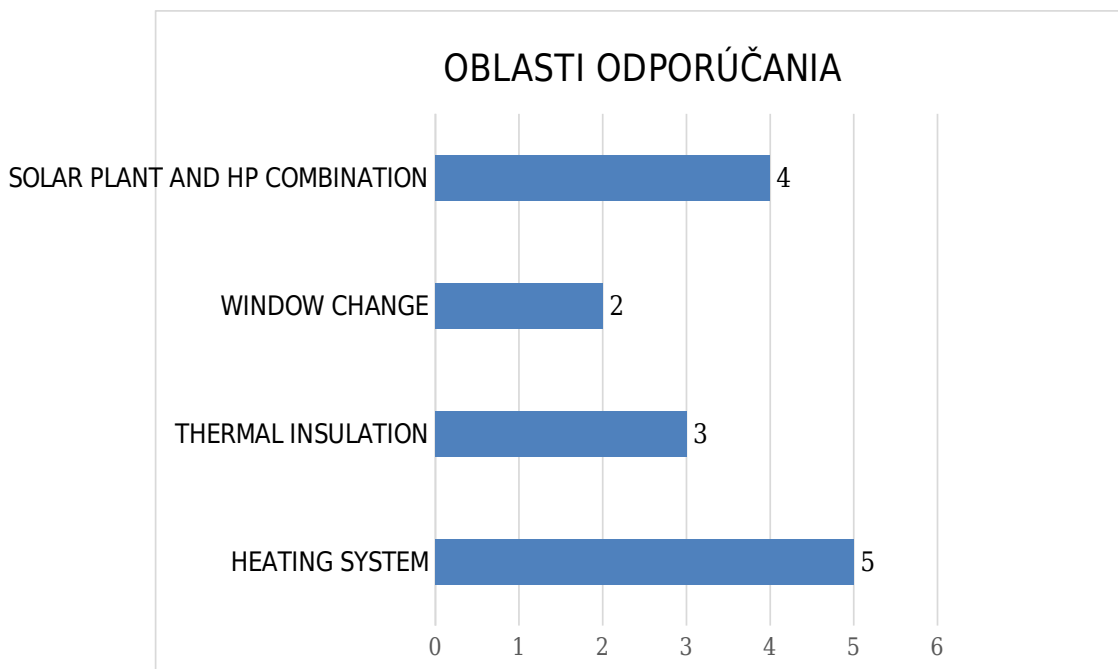


Obrázok 12: Otázky týkajúce sa zdroja a spotreby elektrickej energie

Aké odborné rady dostali mystery shopperi ohľadom vykurovacieho systému, tepelnej izolácie domu, vstavaného nábytku, výroby či spotreby elektriny a celkových skúseností?

Technici uviedli, že hoci sú niektoré nehnuteľnosti mystery shopperov staršie, 9 z 10 bolo na základe ich osobnej obhliadky vhodných na inštaláciu, pretože sú zateplené a/alebo majú osadené plastové okná.

Odporúčania expertov sa týkali nasledujúcich oblastí:



Obrázok 13: V ktorých oblastiach poskytli inštalatéri odporúčania

Hlavnými komunikovanými výhodami inštalácie tepelných čerpadiel boli úspora elektrickej energie, nižšie náklady na kúrenie, návratnosť investícií a využívanie moderných nízkoemisných technológií. Mystery shopperom boli prezentované aj ďalšie návrhy, prispôsobené ich potrebám ako napríklad výmena termostatu, zvýšenie objemu zásobníka na vodu na 150 l a pod..

6.2 TECHNOLOGICKÉ PORADENSTVO

Konali inštalatéri aktívne a navrhli tepelné čerpadlo spotrebiteľom, ktorí by mohli mať z inštalácie prospech? Zdôvodnili svoj návrh? Čo povedali o prevádzke a údržbe TČ?

Technici počas obhliadky na predaj netlačili:

Ak boli naozaj presvedčení o vhodnosti riešenia, vysvetlili mystery shopperovi, o aký typ tepelného čerpadla ide a prečo je pre nich vhodný. V ideálnom prípade podložili svoje tvrdenia dlhoročnými odbornými alebo osobnými skúsenosťami. Nenásilným spôsobom vyzdvihly výhody. V niektorých prípadoch mali mystery shopperi dojem, že sú momentálne takí zaneprázdnení, že ďalšiu objednávku ani nepotrebnú.

Dôveryhodnejšia je ponuka od montážnych firiem, ktoré majú vo svojom portfóliu viacero výrobcov:

Zákazník má dojem, že si vybral najvhodnejšie riešenie pre svoj dom.

Čo sa týka typu tepelného čerpadla týka, technici navrhli nasledujúce značky spolu s výkonom v kW:

- Daikin, 8 kW
- LG, 16kw
- Hitachi RWM-5.0N1E/RAS-5WHNPE, 14 kW
- Vaillant, 10 kw
- Vaillant, 5 kw
- Samsung EHS, 9 kW
- Súprava HPA-O 4 Plus, ktorá je určená pre rodinné domy s rozlohou 120 metrov štvorcových, 6,5 kW.
- Hitachi - Yukati S Combi, 14 kw

Odôvodnenie návrhov inštalatérov:

Odôvodnenia sa v jednotlivých prípadoch líšia. Vychádzali z dlhoročných skúseností dodávateľov, no závisia aj od aktuálnej situácie, konkrétnej vykurovacích potrieb členov domácnosti a samotnej budovy. Spomínalo sa aj zníženie zálohových platieb a celkových nákladov na energiu a inovatívnosť technológie. Potreby obhliadaných nehnuteľností hodnotili na základe metrov štvorcových a porovnaní s inými nehnuteľnosťami.

V jednom prípade inštalatér kontaktoval svojho kolegu - odborníka na danú problematiku, keďže sám o nej podľa vlastných slov veľa nevedel.

O údržbe tepelných čerpadiel dodávateľa mystery shopperov pri obhliadkach vo väčšej miere neinformovali, keďže išlo o prvú návštevu.

7 CENOVÁ PONUKA

Dodávateľa počas obhliadok vypracovali nezáväznú písomnú alebo ústnu ponuku (okrem jedného prípadu, keď cenu počas obhliadky vôbec nespomenuli) a následne ju poslali mystery shopperovi (v jednom prípade cenovú ponuku mystery shopper urgoval).

Úroveň písomných cenových ponúk sa značne líšila nie čo sa ceny týka, no najmä z hľadiska ich zložitosti. Niekedy ide len o obyčajnú tabuľku s cenami (A4), inokedy o atraktívne grafy zobrazujúce aj potenciálnu spotrebu a pod..

Čo sa cien týka, boli ponuky v súlade s očakávaniami kupujúcich pred prieskumom, aj s nezáväznými ponukami/odhadmi počas obhliadok.

Spotrebiteľia vnímajú negatívne, keď sa potenciálna dotácia odpočíta z celkovej ceny automaticky, bez toho, aby bola podaná čo i len žiadosť.

7.1 FINANCOVANIE A DOSTUPNÉ DOTÁCIE

Mystery shopperi vedeli alebo sa v priebehu procesu dozvedeli o možnosti získať dotácie, ktoré sú na Slovensku nateraz pozastavené a mali by byť opäť spustené na jeseň 2023. Viacerí mystery shopperi poznali proces fungovania

dotácií a preplácania určitej časti ceny tepelného čerpadla. Niektorých dodávateľia informovali aj o možnosti financovať kúpu na splátky, čo môže niektorým spotrebiteľom pomôcť pri rozhodovaní o zmene vykurovacieho systému. Niektorí mystery shopperi už však informácie o možnostiach financovania mali už pred začatím tajného nákupu a počas procesu nedostali od dodávateľa dostatok alebo žiadne informácie z dôvodu nedostatočných znalostí zástupcu dodávateľa alebo ich "vybavili" možnosťou realizovať celý proces získania dotácie za nich.

Ďalšie pozitívne skúsenosti mystery shopperov:

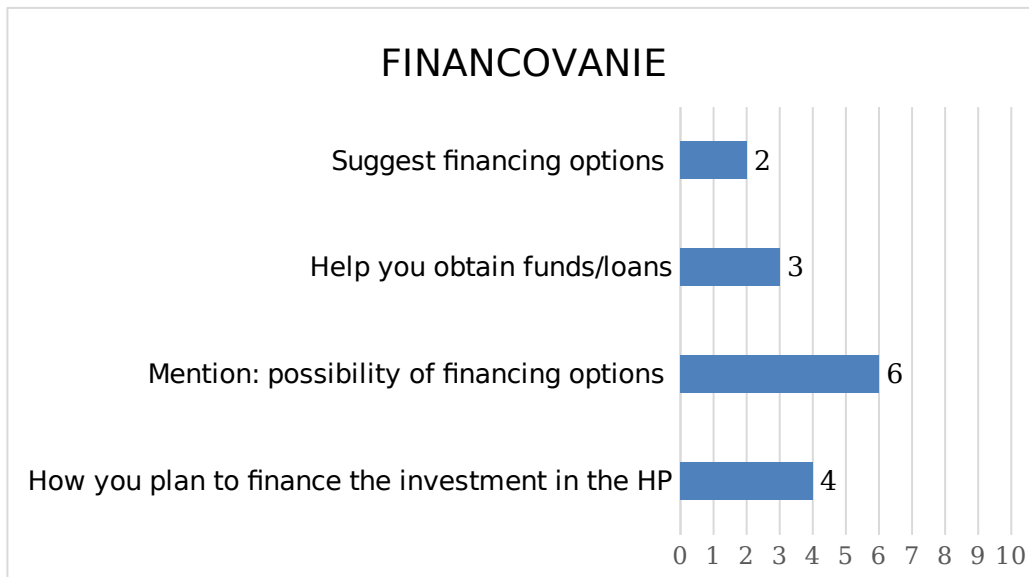
- **Vybavenie dotácie**
Dodávateľia ponúkli realizáciu celého procesu vybavenia dotácie namiesto mystery shoppera.
- **Ponuka rozdelenia platby na 2 splátky**

Ďalšie negatívne skúsenosti mystery shopperov:

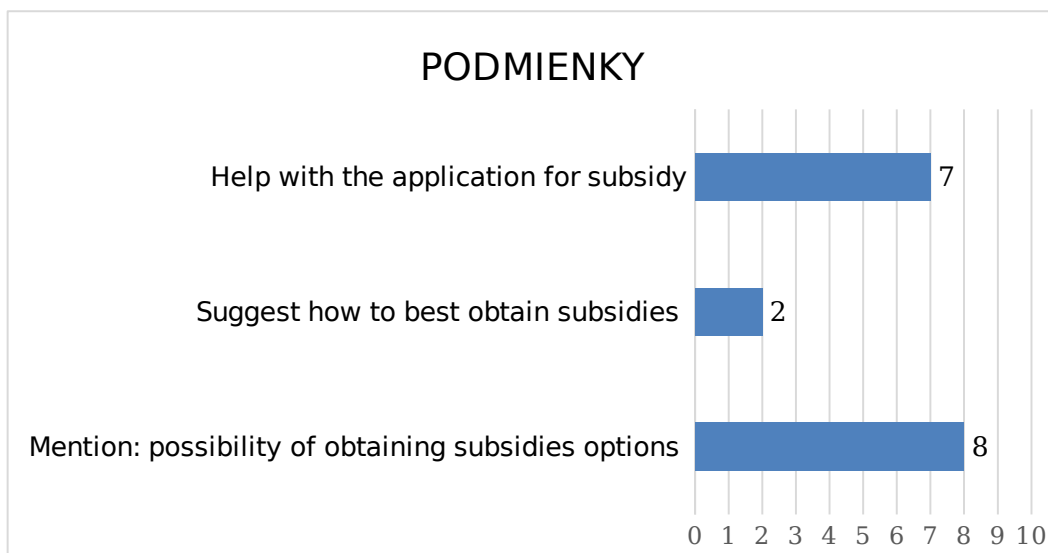
- **Dodávateľia, ktorí nevedeli mystery shopperov informovať o dostupných možnostiach financovania:**
Buď priznali priamo, že nevedia alebo sa tejto téme zámerne vyhýbali.
- **Zahrnutie dotácie do ponuky ako samozrejmá, automaticky, pred podaním žiadosti.**

Kritériá spokojnosti s poskytnutím informácií o možnostiach získania dotácie/iných možností financovania a ich zdôvodnenie.

- Mystery shopperi boli spokojní s ústretovosťou a možnosťou zaplatiť za inštaláciu tepelného čerpadla v splátkach, ako aj vybavením novej dotácie dodávateľom.
- Niektorým vyhovovalo a plne by dôverovali dodávateľovi, že všetko, čo sa týka dotácie, vybaví za nich bez toho, aby ich zbytočne do procesu zapájal.
- Našli sa však mystery shopperi, ktorí privítali vysvetlenie ako dotácia či refundácia vlastne funguje, aké majú šance ju získať, aké kritériá musia splniť, či aké dokumenty je potrebné predložiť.



Obrázok 14. Možnosti financovania prezentované dodávateľom.



Obrázok 15. Podpora pri získaní dotácie poskytovaná dodávateľom.

8 ZÁVERČNÉ ODPORÚČANIA

Odporúčania pre slovenských spotrebiteľov, ktorí uvažujú o kúpe a inštalácii tepelného čerpadla

Spotrebiteľia by mali postupovať podľa nasledujúceho jednoduchého návodu:

- Urobte si **počiatočný prieskum**. Vopred si prečítajte dostupné informácie z dôveryhodných online zdrojov týkajúce sa jednotlivých typov a značiek tepelných čerpadiel a výhodách, ktoré od nich očakávate.
- **Oboznámte sa s jednotlivými typmi TČ, ktoré vo vašej konkrétnej situácii prichádzajú do úvahy**, aj s podmienkami, ktoré musí vaša domácnosť spĺňať, aby tepelné čerpadlo mohlo fungovať efektívne.
- **Prečítajte si online fóra na internete/sociálnych sieťach, kde nájdete reálne skúsenosti a dôkazy o účinnosti**, prečo sa tepelné čerpadlo oplatí.
- Urobte si počiatočný **prehľad spoľahlivých dodávateľov tepelných čerpadiel vo vašom okolí a poradte sa s odborníkmi**, nespoliehajte sa len na seba.
- **Pripravte si materiály a informácie o vašej nehnuteľnosti**, aby ich **mohol odborník posúdiť** - vek a hrúbka izolácie, súčasné náklady a spotreba energie, lokalita inštalácie a podobne. Ak je to možné, dohodnite si fyzickú obhliadku, aby dodávateľ mohol na mieste posúdiť konkrétne potreby vašej nehnuteľnosti,
- **Myslite krok dopredu a ujasnite si**, či v budúcnosti neuvažujete aj o ďalších "zelených" riešeniach, ako je napríklad fotovoltika, expanzná nádrž, inteligentná špirála na vykurovanie atď.
- **Nechajte si vypracovať niekoľko cenových ponúk, porovnajte ich a zamerajte sa na odborné znalosti a spoľahlivosť dodávateľa**.
- **Sledujte aktuálne výzvy Slovenskej inovačnej a energetickej agentúry (Zelená domácnostiam) a Slovenskej agentúry životného prostredia (Obnov dom) na zasielanie žiadostí o dotácie, zaujímajte sa aj o ďalšie možnosti financovania (predaj na splátky, úverové financovanie)**. V prípade akýchkoľvek pochybností sa poradte s odborníkom,

Odporúčania dodávateľom tepelných čerpadiel na Slovensku

- Spotrebiteľia sú si vedomí a chápu, že každá inštalácia tepelného čerpadla sa rieši individuálne. Napriek tomu si chcú **vytvoriť základnú predstavu o pre nich najvhodnejších a dostupných riešeniach ideálne už pri návšteve webovej stránky dodávateľa**, napríklad

vďaka zobrazeniu schémy vopred definovaného či existujúceho systému. Vďaka tomu získajú aspoň základnú predstavu, ako by systém mohol fungovať v ich prípade, a celý následný proces je pre nich zrozumiteľnejší, čo je výhodou aj pre menej komunikatívnych technikov.

- **Primárnou výhodou je finančná úspora a návratnosť investície**, ktoré by mali byť v priebehu procesu minimálne spomenuté. **Odporúčame však poukázať aj na ďalšie výhody**, keďže otázka návratnosti investície nie je pre každého spotrebiteľa rovnako dôležitá.
- **Po oslovení reagujte na žiadosť spotrebiteľa hneď a dohodnite si s ním termín osobnej obhliadky nehnuteľnosti.** Je výhodou, keď technik príde na obhliadku pripravený a na základe predchádzajúceho úvodného rozhovoru/emailu už má predstavu o vhodnom riešení. Veľmi pozitívne spotrebiteľia vnímajú skutočnosť, keď dodávateľ tepelného čerpadla pred inštaláciou zabezpečí aj súvisiace práce, ak sú potrebné (elektrikár, inštalatér...).
- Vo väčších mestách sa spravidla na termín obhliadky čaká dlhšie ako v menších mestách, ale aj tak **sa snažte byť flexibilní.**
- Množstvo spotrebiteľov **si automaticky spája kúpu tepelného čerpadla s možnosťou získania štátnej dotácie, preto je veľmi vhodné transparentne informovať o podmienkach jej získania**, bez zavádzania spotrebiteľa automatickými príslubmi či napríklad odpočítaním zľavy už v úvodnej cenovej ponuke.
- **Spotrebiteľia očakávajú informácie o možnostiach financovania alebo aspoň odkaz na niekoho, kto im túto tému vysvetlí.**

Záveru užitočné pre spotrebiteľskú organizáciu

- **Informovanosť spotrebiteľov o možnostiach tejto technológie rastie:**
Spotrebiteľia častejšie svoje skúsenosti zdieľajú na internetových fórach, tepelné čerpadlá už nie sú vnímané ako cenovo nedostupná alternatíva, ale ako jedna z možností na zváženie pri zmene vykurovacieho systému, ktorú majú k dispozícii na zváženie.
- **Zvýšenie cenovej dostupnosti tepelných čerpadiel:**
Tepelné čerpadlá sú v súčasnosti vďaka **nižším cenám** širokej verejnosti dostupnejšie ako v minulosti najmä vďaka štátnym dotáciám.
- **Profesionalita a odbornosť dodávateľov:**
Schopnosť technikov nájsť a odporučiť pre danú budovu vhodné riešenie v praxi odrzkadľuje, či sú kvalitne odborne vyškolení a majú základné predajné a sociálne zručnosti. Technici, ktorí aktívnejšie zdieľajú osobné a sprostredkované skúsenosti či využívajú vizuálne pomôcky, sú navyše aj dôveryhodnejší a presvedčivejší.
- **Poradenstvo nad rámec obsahu dopytu a/alebo očakávania spotrebiteľov:**
Ide o vysoko cenený prístup vnímaný ako prozákaznícky.
- **Obhliadka nehnuteľnosti výhodou:**
Nie je to výhoda, ktorú by sme bežne požadovali alebo očakávali, no v súčasnosti získava na význame najmä pri starších domoch, kde je potrebné reálne posúdiť a na mieru "ušiť" riešenie.

- **Dodávateľia na požiadavky potenciálnych zákazníkov reagujú pomerne rýchlo:**
Napriek súčasne veľkému dopytu sú dodávateľia vo vŕahu k potenciálnym zákazníkom stále pomerne flexibilní.
- **Dostatočne veľká konkurencia na trhu:**
Spotrebiteľia majú výhodu, že ak ich jeden dodávateľ sklame, môžu osloviť iného, alebo si porovnať ponuky a navrhované riešenia viacerých dodávateľov.

Slabé stránky - čo treba zlepšiť a ako?

- **Neschopnosť poskytnúť kompletne poradenstvo o možnostiach financovania investície do tepelného čerpadla:**
Nemusí to byť nevyhnutne technik, kto spotrebiteľom poskytne vyčerpávajúce informácie o dostupných možnostiach financovania a zodpovie všetky ich otázky. No každý technik musí vedieť odkázať spotrebiteľa na špecializovaného pracovníka, ktorý ho o financovaní, splátkových kalendároch, výhodných pôžičkách a dotáciách bude vedieť informovať..
- **Téma financovania sa netýka len samotnej investície do tepelného čerpadla:**
Investícia spotrebiteľa môže zahŕňať aj ďalšie potrebné úpravy/renovácie, pri ktorých spotrebiteľ očakáva pomoc zo strany dodávateľa.
- **Priebežný následný kontakt vítaný:**
Najmä v prípade starších domov, ak si spotrebiteľ finančne alebo technicky nemôže celkovú realizáciu dovoliť hneď, ale je potrebné urobiť niekoľko menších úprav, aby bolo možné tepelné čerpadlo nainštalovať.
- **Zavádzanie spotrebiteľov, že dotácie sa poskytujú automaticky:**
Niektorí dodávateľia spotrebiteľom tvrdia, že dotáciu určite dostanú, a podľa toho ich informujú o cene. Ak toto tvrdenie nie je stopercentne pravdivé, dodávateľia by ho nemali používať.
- **Intenzívnejšia komunikácia regionálnych dodávateľov:**
Dodávateľia a regionálne spoločnosti by mali aktívnejšie komunikovať najmä vo svojom okolí, pretože spotrebiteľia majú tendenciu uprednostňovať miestnych dodávateľov a vzdialenosť môže mať dôležitý význam aj v prípade potreby kontroly alebo servisu.
- **Technici by mali mať pripravené vizualizácie, ktoré môžu ukázať spotrebiteľovi:**
Pre technicky menej zdatných spotrebiteľov pripravte vizualizácie. Aspoň najbežnejšie typy riešení je možné použiť na vysvetlenie základného princípu, ako by dané technologické riešenie mohlo fungovať aj v ich individuálnej situácii alebo v porovnaní s iným možným riešením.

Na základe všetkých získaných informácií a zrealizovaných rozhovorov sme obhliadky rozdelili do troch skupín:

TOP (najlepšia celková skúsenosť mystery shopperov)

- Mystery shopper 2 - Geotherm - GEOTHERM Slovakia, s.r.o.
- Mystery shopper 5 - Vaillant - Vaillant Group Slovakia, s.r.o.
- Mystery shopper 6 - Teplochladno-TCH SPACE, s.r.o.
- Mystery shopper 9 - Klima do domu-KLIMA TREND, spol. s r.o.

MEDIUM (dodávateľ urobil všetko “podľa knihy”, no zo strany technika neboli žiadne dodatočné výstupy)

- Mystery shopper 3 - Teplochlad-Syners, s.r.o.
- Mystery shopper 4 - Stiebel Eltron-STIEBEL ELTRON Slovakia, s.r.o.
- Mystery shopper 1 - Alpha Innotec-ait-slovensko, s.r.o.
- Mystery shopper 7 - Viessmann-Viessmann, s.r.o.

ZÁKLAD (obhliadky, pri ktorých bolo zrejmé, že jediným cieľom je predáť tepelné čerpadlo, bez ohľadu na energetickú účinnosť)

- Mystery shopper 8 - Daikin-DAIKIN AIRCONDITIONING CENTRAL EUROPE - SLOVAKIA, s.r.o.
- Mystery shopper 10 - Pegas-PE.GA.S., s.r.o.



MARKET VISION SLOVAKIA s.r.o.

Ružová dolina 6
821 08 Bratislava

IČO: 35949376

DIČ: 2022050063

+421 255 410 643

info@marketvision.sk