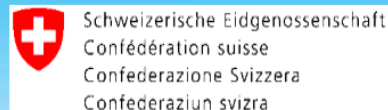




# *Program de Instruiri și Schimburi de Experiență a Specialiștilor din cadrul Întreprinderilor de Alimentare cu Apă și de Canalizare Membre A.M.A.C.*

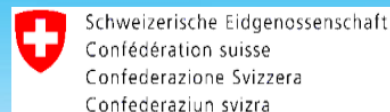


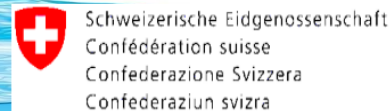
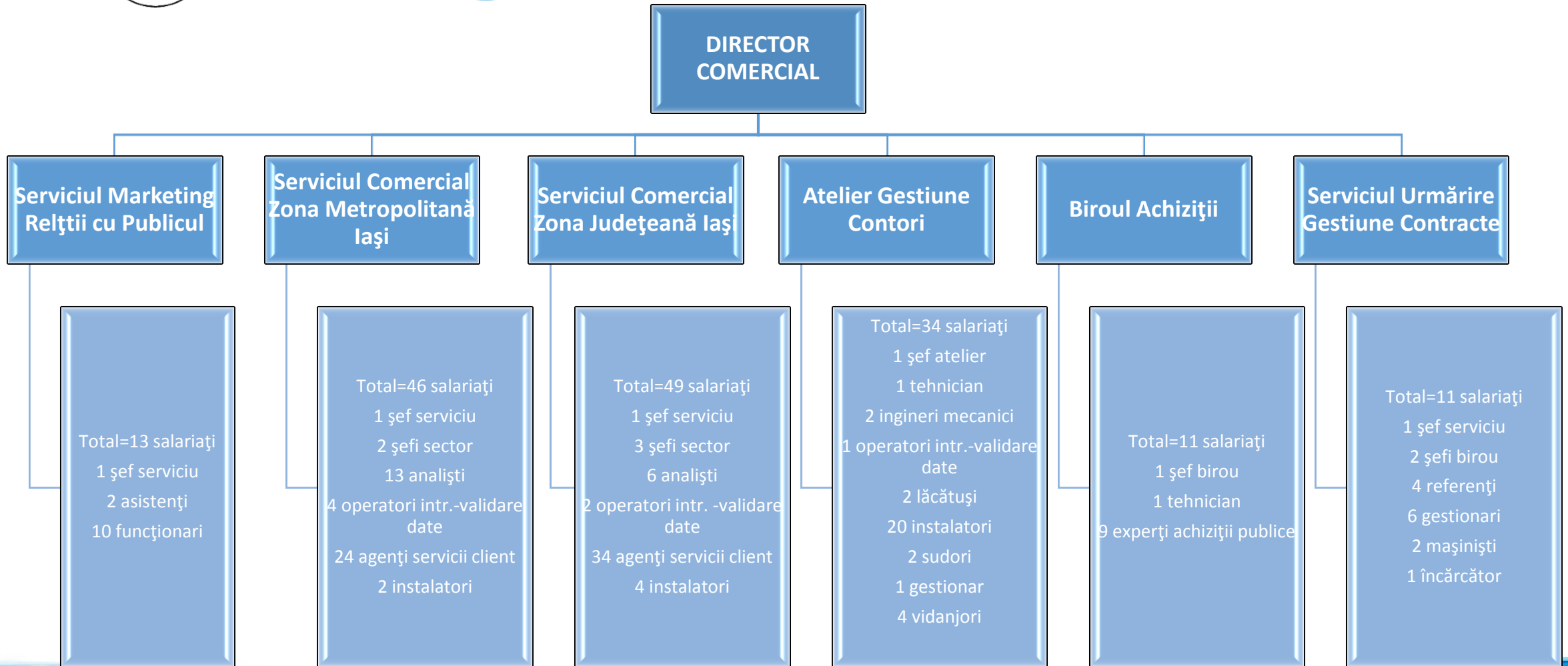


## *Modul 3: Relații cu Clienții*

### *3.1. Sesiune Introductivă*

*Lector: Ing. Romeo Casian  
Director Comercial*







## Modul 3: Relații cu Clienții

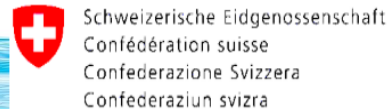
### Funcțiile îndeplinite de S.M.R.P.

#### 1. Relații cu publicul:

- *Gestionarea Centrului de Contact prin activități specifice de Call Center*
- *Tratarea petițiilor*
- *Preluarea documentațiilor la ghișeu*
- *Gestionarea audiențelor*

#### 2. Relații publice

- *Organizări de evenimente și acțiuni de responsabilitate socială*
- *Relația cu mass media*
- *Activități de brand*
- *Comunicare internă*
- *Măsurarea gradului de satisfacție a clienților*
- *Gestionarea site-ului și a paginii de facebook a societății*

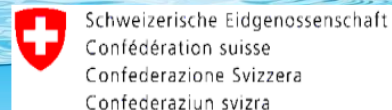




## Modul 3: Relații cu Clienții

### Funcțiile îndeplinite de Serviciile Comerciale (ZMI/ZJI)

- *Contractarea serviciilor de alimentare cu apă și de canalizare*
- *Citirea contoarelor de branșament și emiterea facturilor*
- *Încasarea creanțelor de la utilizatorii rău platnici*
- *Răspunsuri la petiții/sesizări cu privire la activitățile comerciale*



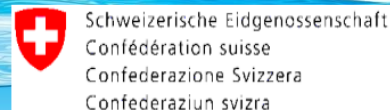


## Modul 3: Relații cu Clienții

### Funcțiile îndeplinite de Atelierul Gestiune Contori

#### 1. Gestiunea Parcului de contoare

- înlocuirea, repararea, reglajul contoarelor conform specificațiilor metrologice (valabilitate 7 ani)
- înlocuirea contoarelor semnalate cu deficiențe în funcționare (mecanism blocat, ilizibile, distruse)
- gestionarea sigiliilor aplicate contoarelor
- montarea de dispozitive radio de citire la distanță a contoarelor și asigurarea mentenanței acestora
- înlocuirea contoarelor supradimensionate în raport cu volumul de apă tranzitat
- identificarea contoarelor susceptibile de a indica valori eronate, verificarea metrologică a acestora și înlocuirea lor
- urmărirea respectării condițiilor tehnice de montaj specifice fiecărui tip de contor conform Aprobărilor de Model elaborate de Biroul Român de Metrologie Legală.





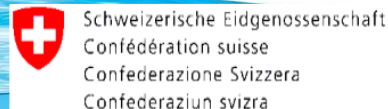
## Modul 3: Relații cu Clienții

### Funcțiile îndeplinite de Atelierul Gestione Contori

#### 2. Gestiunea solicitărilor utilizatorilor persoane fizice și juridice de vidanjare, decolmatare/spălare rețele de canalizare

- contractarea serviciilor de vidanjare, decolmatare/spălare rețele de canalizare
- primirea și programarea comenzilor de vidanjare, decolmatare/spălare rețele de canalizare
- onorarea comenzilor de vidanjare, decolmatare/spălare rețele de canalizare
- întocmirea și transmiterea documentelor specifice lucrărilor de vidanjare, decolmatare/spălare rețele de canalizare (situații de lucrări, facturi) și urmărirea încasării lor în termenele de scadență

#### 3. Întocmirea de rapoarte periodice cu privire la activitatea de gestiune a contoarelor și de vidanjare și decolmatare-spălare rețele de canalizare ape uzate



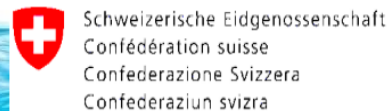


## Modul 3: Relații cu Clienții



### Funcțiile îndeplinite de Biroul Achiziții

- *colectarea și centralizarea referatelor de necesitate conținând totalitatea produselor/serviciilor/lucrărilor pentru anul următor*
- *întocmirea Programului Anual al Achizițiilor Sectoriale (PAAS)*
- *întocmirea Strategiei Anuale a Achizițiilor Sectoriale (SAAS) în baza PAAS*
- *derularea procedurilor de achiziții publice*
- *derularea achizițiilor directe*







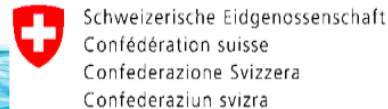
## Modul 3: Relații cu Clienții



### Funcțiile îndeplinite de Serviciul Urmărire Gestiune Contracte

#### 1. Birou Contracte Administrative

- Urmărirea pe întreaga lor durată , a contractelor de furnizare produse , prestări servicii și execuție lucrări .
- Lansarea comenzilor de aprovizionare cu specificația sorto-tipo-dimensională, pentru materialele care fac obiectul unui contract de furnizare produse .
- Monitorizarea proceselor și termenelor de livrare a comenzilor .
- Urmărirea și verificarea îndeplinirii obligațiilor asumate la nivel contractual, prin contractul încheiat, de către partenerii contractuali ai S.C. Apavital S.A.
- Urmărirea îndeplinirii, de către compartimentele funcționale ale Societății, a obligațiilor ce revin S.C. APAVITAL S.A. în calitate sa de achizitor de servicii și lucrări .
- Monitorizarea împreună cu compartimentele beneficiare, a activității prestatorilor de servicii și a executanților de lucrări .
- Primirea, prin Serviciul Juridic, a actelor adiționale încheiate conform prevederilor legale .
- Urmărirea îndeplinirii d.p.d.v. valoric a Programului Anual al Achizițiilor Sectoriale , structurat pe necesitățile definite la nivelul întregii Societăți.





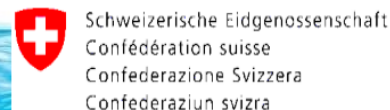
## Modul 3: Relații cu Clienții



### Funcțiile îndeplinite de Serviciul Urmărire Gestiune Contracte

#### 2. Birou Contracte Comerciale

- *Recepția mărfurilor*
- *Depozitarea , gestionarea și controlul stocurilor de materiale*
- *Asigurarea ritmică cu materiale necesare menținerii stocului de siguranță ; preîntâmpinarea formării de suprastocuri*
- *Eliberarea materialelor către compartimentele funcționale*





## ***Modul 3: Relații cu Clienții***

### ***3.2. Activitatea de Marketing***

***Lector: Ing. Răzvan Manolache  
Șef Serviciu Marketing Relații cu Publicul***

***IAȘI, noiembrie 2018***



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea Marketing

### Cuprins

1. *Introducere*
2. *Considerații importanță marketing*
3. *Instrumentele de Marketing caracteristice ApaVital*
4. *Brandul ApaVital*
  - Termeni*
  - Etapele procesului de branding*
  - Manualul de branding*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea Marketing

### Cuprins

5. *Responsabilitatea Socială*
  - Principiile responsabilității sociale
  - Domenii de acțiune
  - Acțiuni de responsabilitate socială
6. *Promovarea în spațiul public*
  - Relația cu mass media
  - Pagina de web si facebook
  - Materiale de prezentare
7. *Concluzii*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea Marketing

### 1. Introducere

*Există cca 1600 de definiții ale conceptului de marketing. Una din cea mai completă este cea a lui Jill Verstage care descrie 5 zone de interes în aria marketingului.*

- *Descrie conceptul în care clientul este cel mai important element al afacerii*
- *Descrie o funcție formală a societății responsabilă cu identificarea, anticiparea și satisfacerea nevoilor clienților*
- *Un termen generic sub care se regăsesc o varietate de tehnici privitoare la implementarea orientării către client*
- *Un proces continuu care asigură supraviețuirea companiei în afacere*
- *Un sistem care operează sau interacționează cu o varietate de factori din mediul intern și extern organizației*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea Marketing

### 2. Considerații asupra importanței marketingului

- *O prioritate pentru o societate care își propune să performeze*
- *Creează o cultură organizațională bazată pe cooperare și respectarea regulilor*
- *Duce la aprofundarea activităților orientate spre client*
- *Creează o identitate vizuală și de comportament față de comunitate*
- *Abordează comportamente civice responsabile a membrilor comunității*
- *Mută centrul de greutate a implicării operatorului spre utilizator*
- *Creează noi facilități care duc la creșterea numărului de client*
- *Identifică cerințe noi rezultate din creșterea nevoilor clienților*
- *Construiește reputația*



WITH FUNDING FROM  
AUSTRIAN  
DEVELOPMENT  
COOPERATION



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea Marketing

### 3. Instrumentele de Marketing caracteristice ApaVital

- *Brandingul*
- *Responsabilitatea socială*
- *Promovarea în spațiul public*
- *Conferințele de presă*
- *Pagina web*
- *Pagina de facebook*
- *Materialele de prezentare pe diverse suporturi*



WITH FUNDING FROM  
AUSTRIAN  
DEVELOPMENT  
COOPERATION



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra







## 1.2 Activitatea Marketing

### 4. Brandul ApaVital

#### Termeni

*Un brand nu e un logo, nu e un nume, nu e un site.*

- **BRAND:** *Ce cred, simt și gândesc oamenii despre produs, serviciu, companie, loc, OM.*
- **BRANDing:** *Procesul de creare și administrare a asociațiilor care generează imagini și sentimente în legătură cu un brand.*
- **IDENTITATEA:** *Totalitatea căilor prin care organizația se prezintă pe sine: cine ești, ce faci, cum faci, unde vrei să ajungi*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea Marketing

### 4. Brandul ApaVital

#### Termeni

Ce trebuie să transmită identitatea:

**Încredere** (în calitatea serviciilor. Suntem o instituție strategică de utilitate publică)

**Capacitate** (de gestionare a problemelor apărute)

**Putere** (în atragerea și administrarea fondurilor externe)

**Seriozitate** (în orice proiect în care suntem implicați)

**Transparență** (raportul corect preț/calitatea serviciului)

**IMAGINEA-** Perceperea identității



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea Marketing

### 4. Brandul ApaVital

#### Etapele

#### 1: Cercetare și analiză

- Viziune, obiective, valori
- Cercetarea de piață
- Audit de marketing
- Competiție
- Decidenți
- Limbaj
- Raport

#### 2: Strategie

- Clarificare
- Focus
- Idee centrală
- Platforma de poziționare
- Strategie de naming
- Brief creativ

#### 3: Identitate

- Mesaje cheie
- Explorare simbolistică
- Naming
- Logo și slogan
- Fonturi și culoare
- Sunet și animație
- Aplicații
- Arhitectură



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea Marketing

### 4. Brandul ApaVital

#### Etapele procesului de branding

#### 4: Realitatea brandului

- Viziunea brandului
- Tonul vocii
- Brand expresion boards
- Puncte de interacțiune

#### 5: Implementare și lansare

- Finalizarea implementării
- Protecție de marcă
- Implementarea arhitecturii
- Prezență web
- Lansare internă și externă
- Măsurabile

#### 6: Management

- Standarde de comunicare
- Manual de brand
- Integrare și supervizare
- Evaluare și raportare
- Mentenanță



WITH FUNDING FROM  
AUSTRIAN  
DEVELOPMENT  
COOPERATION



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra



cooperare  
germană  
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT



Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



## 3.2 Activitate Marketing

### 4. Brandul ApaVital

#### Manualul de branding

- *Misiune, valori, obiective strategice*
- *Identitate verbală- nume*
- *Identitate vizuala- logo, fonturi, imagistică*
- *Comunicare internă și externă- tipărituri, antet, revistă Info-Apa*
- *Mediu digital- pagina web, facebook*
- *Signaletică de interior și exterior, vehicule*
- *Mascotă*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea Marketing

### 5. Responsabilitatea Socială

*Apărută la începutul anilor '70 și aplicată în mediul de afaceri sub numele de „responsabilitate socială corporatistă” a fost extinsă ca acțiune promovată de orice altă organizație care recunoaște această responsabilitate.*

*Acest lucru a derivat din faptul că și organizațiile de tip servicii publice sunt consumatoare a unor părți din infrastructura sau din resursele comunităților, care nu pot fi neapărat cuantificabile sau taxabile.*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea Marketing

### 5. Responsabilitatea Socială

*Dimensiunile interne și externe clienților au creat teme de responsabilitate socială, acestea găsindu-și utilitatea pe domenii de acțiune ce influențează pozitiv avantajele competiționale, reputația în comunitate, relația cu unitățile administrativ teritoriale, cu utilizatorii sau diverși alți stakeholderi.*

*Responsabilitatea socială a creat astfel un important potențial al acțiunilor în așa fel încât valorile ApaVital să poată fi imprimate în special generațiilor tinere, utilizatorul de mâine.*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea de Marketing

### 5. Responsabilitatea Socială

#### Principiile responsabilității sociale

- Transparența
- Comportamentul etic
- Respectul față de normele internaționale de comportament și cel al drepturilor omului
- Respect față de statul de drept
- Respect pentru interesele părților implicate într-un contact comercial sau instituțional.



WITH FUNDING FROM  
AUSTRIAN  
DEVELOPMENT  
COOPERATION



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra







## 3.2 Activitatea de Marketing

### 5. Responsabilitatea Socială

#### Domenii de acțiune

- Utilizarea durabilă a resurselor
- Prevenirea poluării
- Practici echitabile: respectarea drepturilor de proprietate, concurență loială, promovarea responsabilității în lanțul valoric
- Consumul durabil



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea de Marketing

### 5. Responsabilitatea Socială

#### Domenii de acțiune

Protecția sănătății și a securității consumatorilor

Accesul la servicii esențiale

Educație, cultură și conștientizare

Investiția socială

Implicarea comunității

Dezvoltare și acces la tehnologie.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea de Marketing

### 5. Responsabilitatea Socială

#### Acțiuni de responsabilitate socială

Parteneriate cu instituții de învățământ

Organizare vizite în obiectivele reprezentative ale societății

Ecologizări

Concursuri

Participare la expoziții



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea de Marketing

### 6. Promovarea în spațiul public

Înființarea compartimentelor specializate în comunicare au asigurat condiții pentru ca operatorii să poată comunica eficient cu stakeholderii interni sau externi, astfel încât realizările cu adevărat importante să fie cunoscute, iar disfuncționalitățile să suporte un tratament obiectiv din partea comunității, în aria de operare în cauză.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea de Marketing

### 6. Promovarea în spațiul public

#### Modalități de abordare comunicațională

- Mass-media
- Pagina web
- Pagina de facebook a societății
- Materiale de prezentare



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea de Marketing

### 6. Promovarea în spațiul public

#### Mass media

**Relația cu presa** este abordată unitar, toate contactele fiind gestionate prin intermediul compartimentelor de presă

**Participarea în emisiuni** dedicate pulsului municipiului se constituie în cea mai eficientă formă de popularizare a activității operatorului.

**Conferințele de presă** cu temă predefinită, ocazionate de evenimente pozitive din viața operatorului de servicii publice sau cele ce vor să rezolve situații de criză generate de evenimente nedorite, sunt susținute periodic de board-ul societății și reprezintă momente care, dacă sunt bine pregătite, pot schimba radical viziunea formatorilor de opinie.

**Comunicate și puncte de vedere**, exprimate prin intermediul purtătorului de cuvânt.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea de Marketing

### 6. Promovarea în spațiul public

#### Relația cu mass media

Comunicate de presă

Informări de presă

Puncte de vedere, declarații, interviuri

Drepturi la replică

Materiale pentru presă



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea de Marketing

### 6. Promovarea în spațiul public

#### Monitorizare mass media

Identificarea articolelor sau a materialelor audio/video despre activitatea societății, apărute/difuzate în presa scrisă, audio sau video

Arhivare, întocmire de rapoarte lunare sau anuale, luarea de măsuri în cazul apariției unor materiale de presă neadevărate sau fără punct de vedere din partea societății



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra







## 3.2 Activitatea de Marketing

### 6. Promovarea în spațiul public

#### Pagina web

Pagina web a devenit un instrument eficient, pe măsură ce numărul utilizatorilor de Internet a crescut exponențial. Pe măsură ce generațiile în vârstă, care teoretic nu știu să folosească internetul, vor fi înlocuite de generații familiarizate cu acesta, numărul celor ce vor desfășura activități în spațiul virtual va transforma acest spațiu în locul preferat de aplicare a politicilor comunicaționale sau de marketing.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea de Marketing

### 6. Promovarea în spațiul public

#### Pagina web ApaVital

Pagina web ApaVital oferă informațiile obligatorii prevăzute în Legea 544/2002 a accesului la informații publice (date generale, bugete, bilanțuri, rapoarte de activitate, date privind investițiile, achizițiile), prin care s-au înlocuit aproape integral avizierele clasice.

Pagina web permite descărcarea formularelor tipizate, vizualizarea parametrilor de calitate a apei pe zone monitorizate, anunță întreruperile în alimentarea cu apă planificate.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea de Marketing

### 6. Promovarea în spațiul public

#### Gestionare site și pagina de facebook

- Postare pe site a comunicatelor de întrerupere
- Postare pe site comunicate de presă
- Postare pe site acțiuni de responsabilitate socială
- Actualizare informații site
- Postare de texte, imagini și clipuri despre activitatea ApaVital pe pagina de facebook



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea de Marketing

### 6. Promovarea în spațiul public

#### Materialele de prezentare

Materialele de prezentare îmbracă forme dintre cele mai diverse, imaginația fiecăruia fiind singura limită în alegerea tipului, dimensiunii, formei sau suportului.

**Flyer-ele** pot însoți facturile sau îmbogăți standurile din punctele de acces a publicului în sediile operatorilor

Mesajele de responsabilitate socială pe **format tablou** vor fi amplasate în puncte cheie în ceea ce privește vizibilitatea

Diverse **suporturi** ale materialelor promoționale ajută la realizarea chiar și celor mai complexe acțiuni de responsabilitate socială.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea de Marketing

### 6. Promovarea în spațiul public

#### Tipărituri

*Revista internă*

*Pliante*

*Broșuri*

*Flyere*

*Rapoarte de activitate*

*Agende*

*Calendare*

*Mape de presă*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea de Marketing

### 7. Concluzii

Dintr-o menționare succintă a câtorva dintre activitățile fără de care relațiile publice nu ar putea să își îndeplinească funcțiile, rezultă o specializare a domeniului și o complexitate a mecanismului, care permite board-ului societății o planificare constantă a imaginii operatorului și o reacție rapidă în situațiile de criză care să contrabalanseze efectele negative produse.

Bunele practici în relațiile publice izvorăsc din interacțiunea progresului organizațional al operatorilor cu dezvoltarea comportamentelor consumatorilor acestui tip de servicii publice.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.2 Activitatea de Marketing

### 7. Concluzii

În condițiile în care accesul la tehnologie este egal, plusvaloarea se obține din procesele comunicaționale, astfel că gestionarea relațiilor interne sau externe devine o prioritate pentru societățile ce oferă servicii publice de apă și canalizare, care își propun să performeze.

Relațiile publice devin astfel un pivot în conducerea companiilor, participând la construcția bazei de bunuri intangibile ale organizației, având o contribuție esențială la valoarea de ansamblu a operatorului.

Adaptarea rapidă a operatorilor de servicii publice apă-canal la provocările societății informaționale, precum și la exigențele din ce în ce mai mari ale utilizatorilor, viziunea manageriatului și calitatea resursei umane, vor face în viitor, ținând cont și de regionalizare, diferența între operatorii performanți și cei ce nu își vor mai putea îndeplini obiectul de activitate.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## ***Modul 3: Relații cu Clienții***

### ***3.3 Activitatea de Relații cu Publicul***

***Lector: Ing. Răzvan Manolache***  
***Șef Serviciu Marketing Relații cu Publicul***

***IAȘI – Mai 2018***

WITH FUNDING FROM  
**AUSTRIAN  
DEVELOPMENT  
COOPERATION**



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra



**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH





## **3.3 Activitatea de Relații cu Publicul**

### **Cuprins:**

- 1. Scurt istoric**
- 2. Misiune**
- 3. Obiective SMART**
- 4. Organizare**
- 5. Mediul de lucru**
- 6. Front Office**
- 7. Centru de Contact**



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 8. 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### Cuprins:

8. *Dreptul cetățeanului la petiționare*
9. *Dreptul cetățeanului la audiențe*
10. *Implementare facilități moderne*
11. *Indicatori de performanță*



WITH FUNDING FROM  
AUSTRIAN  
DEVELOPMENT  
COOPERATION



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra



cooperare  
germană  
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT





## 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 1. Scurt istoric

#### 2001: Înființarea Biroului Relații Publice

Până la această dată relațiile cu clienții se desfășurau prin intermediul mai multor compartimente care ocazionau contactul angajaților cu utilizatorii cum ar fi contractarea, avizarea, dispeceratul sau echipele de intervenție.

Nu existau date asupra contactelor, fiecare compartiment gestionând aceste contacte fără a pune accent pe modul cum se realizează interacțiunea.

Apariția acestui birou a încercat în prima instanță să schițeze o organizare unitară a relațiilor cu utilizatorul prin înființarea cadrului de desfășurare a audiențelor și preluarea problemelor sesizate în presă.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 1. Scurt istoric

#### 2003: Înființarea ghișeului

A reprezentat un nou pas în dezvoltarea relației cu utilizatorul, ghișeul asigurând preluarea în regim front line a solicitărilor de branșare/racordare și consiliere a utilizatorilor care doreau să reclame ceva în legătură cu obiectul de activitate.



WITH FUNDING FROM  
AUSTRIAN  
DEVELOPMENT  
COOPERATION



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra



**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



## 💧 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 1. Scurt istoric

- Sub această titulatură se organizează compartimentul prin care se realizează și în prezent totalitatea contactelor cu utilizatorul, telefonic, la ghișeu, scris sau electronic.
- Gestionarea contactelor cu utilizatorul în jurul Centrului de Contact reprezintă o modalitate modernă de gestionare a relațiilor cu publicul, prin intermediul unui compartiment specializat, ce preia întreaga problematică legată de serviciile oferite clienților, unde se oferă soluții pentru toate problemele legate de obiectul de activitate al societății.
- Gestionarea activității de înregistrare și monitorizare a petițiilor adresate ApaVital
- Gestionarea audiențelor la conducerea societății.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 1. Scurt istoric

#### 2007: Pagina de web ApaVital

Pagina web a devenit unul din canalele cele mai eficiente pentru diseminarea informațiilor către utilizatori canal pentru diseminarea informațiilor prin care s-au înlocuit aproape integral avizierele clasice.

#### 2016: Pagina de Facebook ApaVital

Pagina de Facebook prin intermediul căruia brandul informează, se promovează și, cel mai important, intră în contact direct cu utilizatorii, păstrând legătura cu aceștia. Promovarea pe Facebook este una din cele mai avantajoase moduri de a interacționa, unde cu un cost mic se poate obține un maxim de vizibilitate.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 💧 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul Principiile care au stat la baza înființării Centrului de Contact:

- Transparența și responsabilitatea publică
- Accesibilitatea egală a utilizatorilor la serviciul public
- Adaptabilitatea la cerințele utilizatorilor
- Continuitatea, calitatea, eficiența și rentabilitatea serviciului
- Scurtarea procesului birocratic
- Implementarea în beneficiul utilizatorului de metode moderne de acces la informațiile proprii sau de interes general
- Optimizarea fluxului informațional



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 2. Misiune Centru de Contact

Asigurarea interfeței între compartimentele funcționale ApaVital și publicurile externe organizației, relațiile cu publicul desfășurându-se prin intermediul ghișeului, a Centrului de Contact, în cadrul audiențelor susținute de conducerea ApaVital sau în forma scrisă care poate fi și electronică.

Se asigură astfel fluxul informațional între operator și utilizator sau alte entități interesate în obiectul de activitate a operatorului.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra







## 💧 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 3. Obiective SMART specifice activității de relații cu publicul

- Rata de pierdere a apelor se va situa sub **7%** din totalul apelor;
- Viteza maximă de răspuns la petiții este de maxim **15** zile lucrătoare;
- Organizarea audiențelor pentru **100%** din solicitanți;
- Asigurarea consultanței pentru **100%** din solicitanți pentru depunerea de documentații avize și contracte.



WITH FUNDING FROM  
AUSTRIAN  
DEVELOPMENT  
COOPERATION



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra



cooperare  
germană  
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

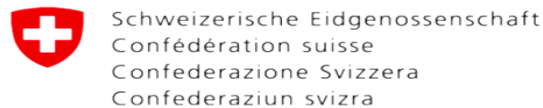
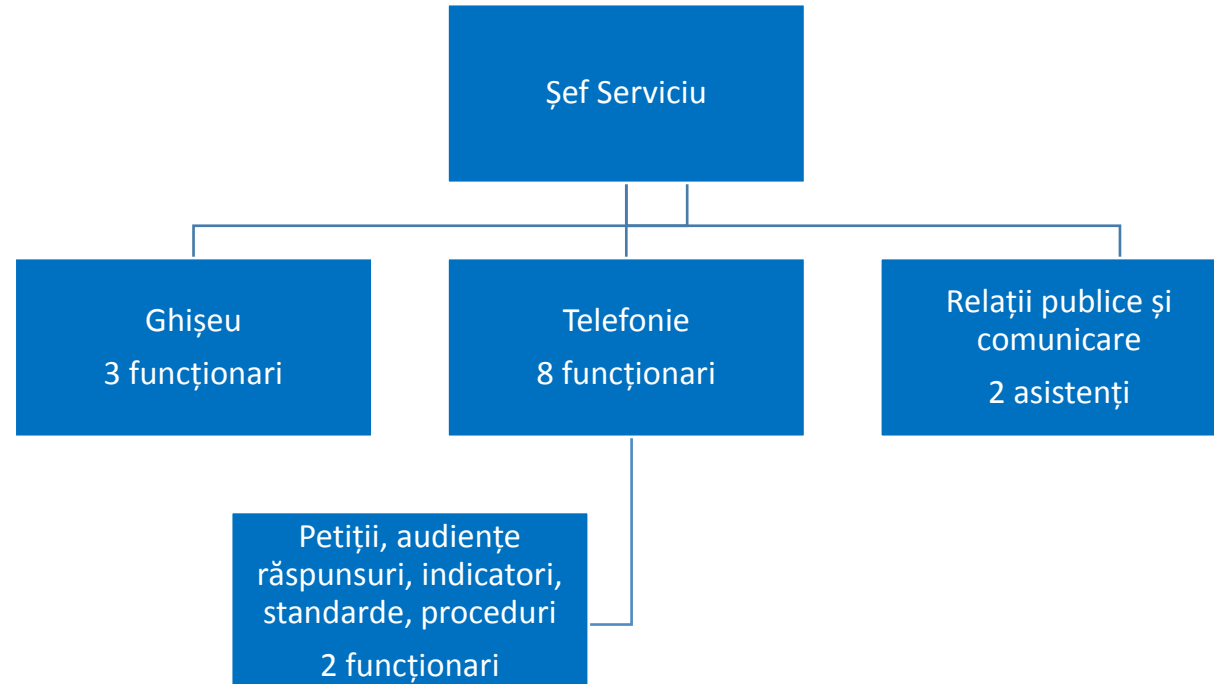


Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



### 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

#### 4. Organizare Centru de Contact





### 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

## 4. Organizare Centru de Contact

### Resurse tehnice:

- Aparatură de telefonie dotată cu căști, echipamente PC și monitoare;
- Echipamente de birotică constând în fax, copiatoare, scanere;
- Softuri pentru monitorizare convorbiri telefonice;
- Soft integrat cu modul pentru relații clienți în vederea inscripționării contactelor;
- Soft integrat, cu acces pe diverse module, pentru obținerea informațiilor necesare utilizatorului;
- Soft SMS-SENDER pentru transmitere mesaje tip SMS la grupuri de utilizatori;



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

## 4. Organizare Centru de Contact

### Resurse umane:

- 1 șef serviciu care asigură coordonarea și supervizarea contactelor cu utilizatorii;
- 1 1 funcționari relații cu publicul, din care 3 asigură front office (ghișeu) iar 8 convorbirile telefonice,
- Programul de lucru pentru Centru de Contact este acoperit zilnic de la ora 7.00 la 21.00 iar în week-end și sărbătorile legale de la 8.00-20.00, 8 funcționari lucrând astfel într-un program flexibil de 8 ore cu începere de la ore diferite pentru acoperirea cu maxim de personal perioadele orare cele mai încărcate cu convorbiri telefonice.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 5. Mediul de lucru

#### Aria de deservire:

262 localități din județele Iași (255) și Neamț (7).

Alimentare cu apă: 2 municipii, 3 orașe și 73 de comune;

Canalizare și epurare: 2 municipii, 3 orașe și 40 de comune;

Populație deservită: 452.621 de locuitori și 3.632 agenți economici.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 5. Mediul de lucru

#### Componentă utilizatori:

Utilizatori individuali proprietari case;  
Utilizatori individuali în condominii;  
Asociații de locatari/propietari;  
Agenți economici;  
Instituții publice;



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 6. Front office

Este deservit de 3 funcționari prin intermediul ghișeului:

- Acordare de asistență clienților care se prezintă la ghișeu pentru obținerea unui aviz branșament/racord apă/canal, avize utilități sau a unui contract de furnizare/prestare servicii;
- Verificare și preluare documentației pentru avize și proiecte;
- Verificare și preluare documentației pentru încheierea contractelor;
- Eliberare avize, proiecte, memorii tehnice pentru obținere avize utilități;
- Solicitări privind verificări pierderi pe instalații interioare;
- Solicitări privind verificări metrologice contoare.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 💧 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 6. Front office

Fiecărui client interesat de realizarea unui branșament apă, racord canalizare și/sau încheierea unui contract de prestare/furnizare servicii apă canalizare îi sunt oferite toate informațiile necesare începând cu documentele care trebuie depuse, etapele procedurii și finalizarea contractului.

Informațiile sunt furnizate atât verbal cât și printr-un ghid de obținere a unui branșament.

Contactele directe cu clienții pot fi grupate în mai multe categorii:



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra







### 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

Categoria	Număr
Solicitări eliberare documente avizare	9.734
Solicită pentru proiecte apă și canal	6.330
Solicitări încheiere contracte furnizare servicii	4.551
Solicitări alte avize	3.815
Solicitări de informații privind avizele	782
Solicitări informații încheiere contracte	338



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

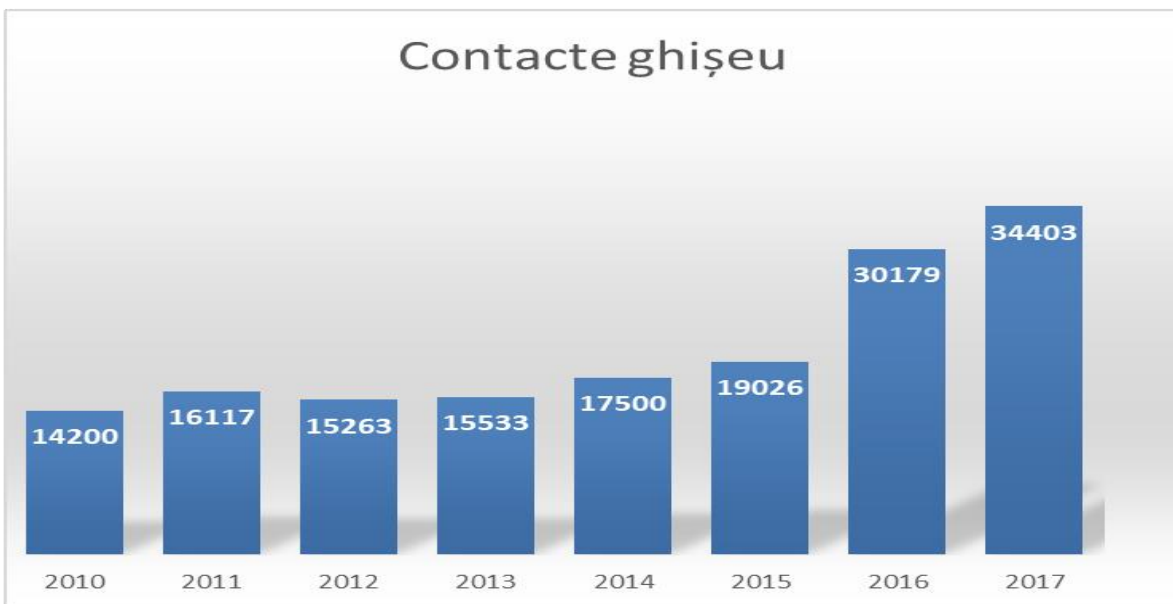




## 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 6. Front office

Contacte ghișeu



WITH FUNDING FROM  
AUSTRIAN  
DEVELOPMENT  
COOPERATION



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra



Proiectul SDC-ADA "Consolidarea cadrului instituțional în sectorul alimentării cu apă și sanitație din Republica Moldova"



## 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 7. Centru de Contact

**Centru de Contact** - modalitatea telefonică sau scrisă în care ApaVital asigură:

- Preluarea, înregistrarea, tratarea și monitorizarea tuturor problemelor privind disfuncționalitățile sesizate de utilizatori în rețelele de apă și canalizare;
- Preluare autocitiri;
- Preluare sesizări privind disfuncționalitățile din system;
- Transmitere informații legate de Facturare;
- Consiliere utilizatori pentru rezolvarea problemelor;
- Transmitere informații privind diverse evenimente ApaVital;
- Înscrierea în audiență la conducerea ApaVital.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 7. Centru de Contact



WITH FUNDING FROM  
AUSTRIAN  
DEVELOPMENT  
COOPERATION



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

## 7. Centru de Contact

Tematica contactelor telefonice cu utilizatorii cuprinde o serie de subiecte axate pe următoarele:

**Solicitări comunicări index -29.802**

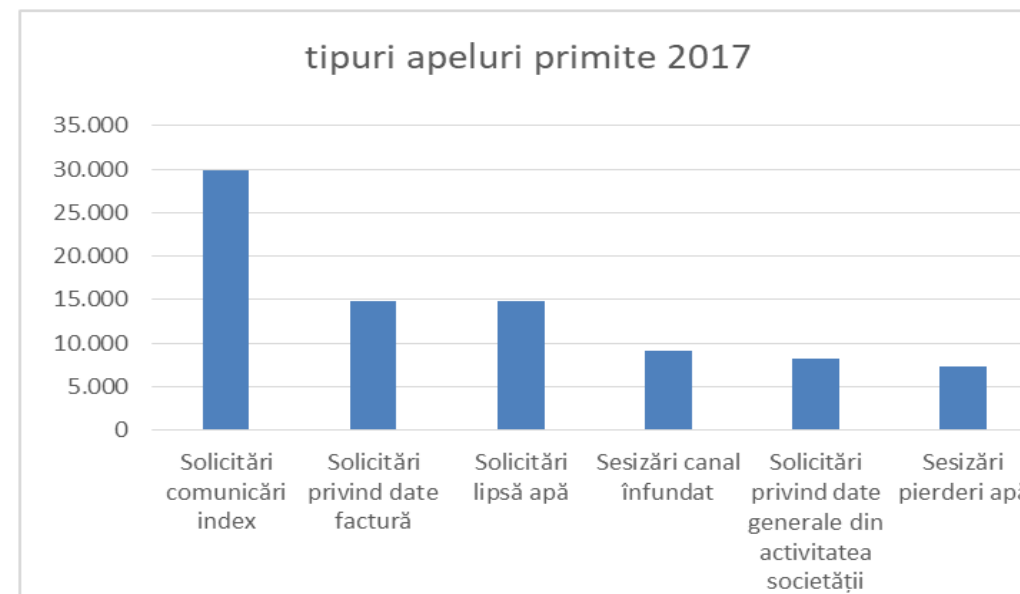
**Solicitări privind date factură 14.807**

**Sesizări lipsă apă 4.788**

**Sesizări canal înfundat 9.160**

**Solicitări privind date generale din  
activitatea societății 8.292**

**Sesizări pierderi apă 7.283**



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 7. Centru de Contact

Apelurile primite pot fi grupate în:

- ❖ Solicitări legate de facturare – 50.122 (48,13%);
- ❖ Disfuncționalități în rețeaua de apă și canalizare – 35.857 (34,43%);
- ❖ Date generale – 18.165 (17,44%);
- ❖ Pentru apelurile recepționate s-au efectuat 179.772 minute de convorbire;
- ❖ Timpul mediu de răspuns la apelurile telefonice a fost de 5,14 secunde.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

#### 7. Centru de Contact

În anul 2017 s-au realizat un număr de **143.227** contacte cu clienți externi, din care:

104.144 - contacte telefonice;

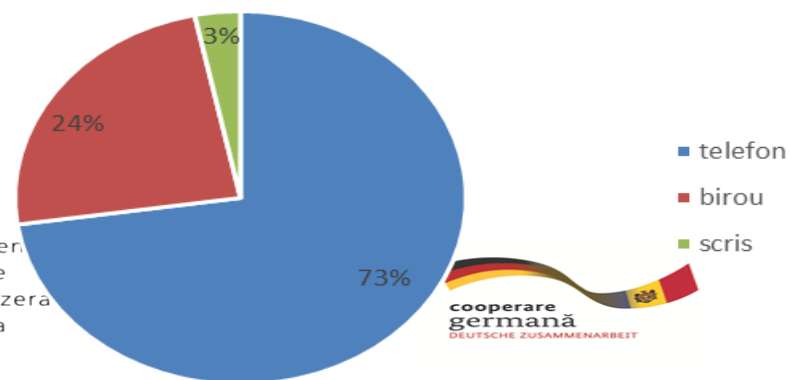
34.403- contacte la ghișeu;

4.680- în scris, inclusiv pe e-mail;

Rezultă o medie de 11.936 contacte/lună efectuate la nivelul biroului;

Preponderența contactelor rămâne centrată pe Centru de Contact într-un procent de 73%.

structură contacte 2017



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 7. Centru de Contact

Evoluția în timp pe fiecare canal de contact a fost:

Categorie	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Telefon	56.595	56.750	83.357	70.767	78.155	88.703	101.763	104.144
Birou	14.200	16.117	15.263	15.533	17.500	19.026	30.179	34.403
Scris	2.457	1.412	2.541	1.567	2.430	2.988	3.758	4.680
Total	73.252	74.279	101.161	87.867	98.085	110.717	135.700	143.227



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra







### 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

## 8. Dreptul cetățeanului la petiționare

Este asigurat de către 1 funcționar conform obligațiilor din legislația specifică:

**Ordonanța de Guvern nr. 27/2002** privind reglementarea activității de soluționare a petițiilor, aprobată, cu modificări și completări, prin Legea nr.233/2002;

**Legea nr. 544/2002** din 12 octombrie 2001 (actualizată) privind liberul acces la informațiile de interes public;

**Hotărârea nr. 878/2005** din 28 iulie 2005 privind accesul publicului la informația privind mediul;



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul Activități desfășurate:

- Monitorizează activitățile de înregistrare și tratare a petițiilor în baza de date ApaVital;
- Asigură transmiterea copiilor fidele ale petițiilor către compartimentele de specialitate pentru întocmirea răspunsului final;
- Întocmesc răspunsuri la sesizările, solicitările și reclamațiile venite din partea utilizatorilor repartizate **S.M.R.P.**;
- Gestionează solicitările de informații de interes public și de mediu;
- Arhivează petițiile cu răspunsurile trimise către petenți.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

#### Activități desfășurate:

Tipuri de petiții 2017:

Solicitări **1273** bucăți;

Sesizări **577** bucăți;

Reclamații **59** bucăți;



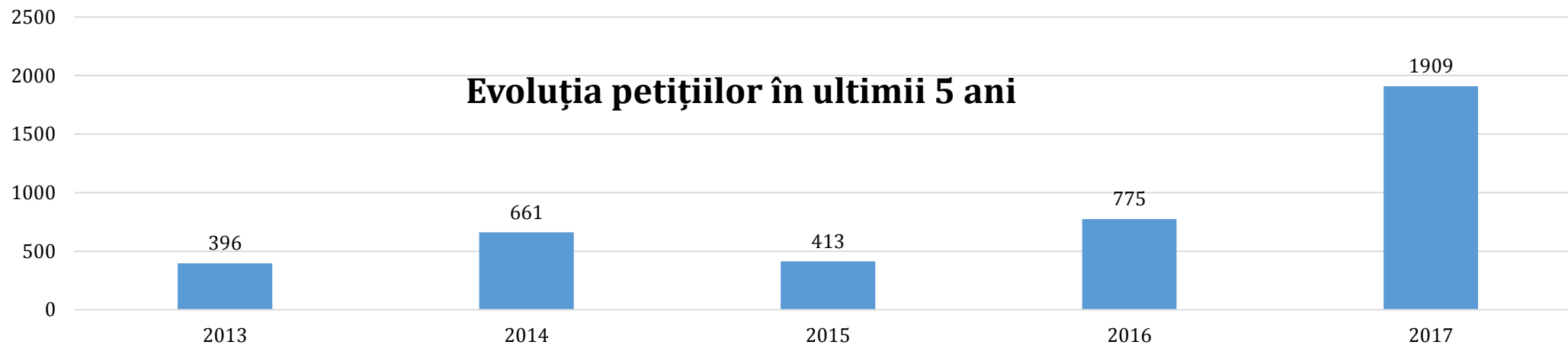
Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### Activități desfășurate:



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 9. Dreptul cetățeanului la audiențe

Se asigură cadrul rezolvării contactului conducerii ApaVital direct cu utilizatorul prin următoarele operațiuni:

- Colectarea prin formular și identificarea motivului audienței;
- Colectarea punctului de vedere de la compartimentele societății vizate;
- Punerea la dispoziția conducerii a elementelor necesare cunoașterii situației;
- Transmiterea către compartimente a corecțiilor dispuse de conducerea unității.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

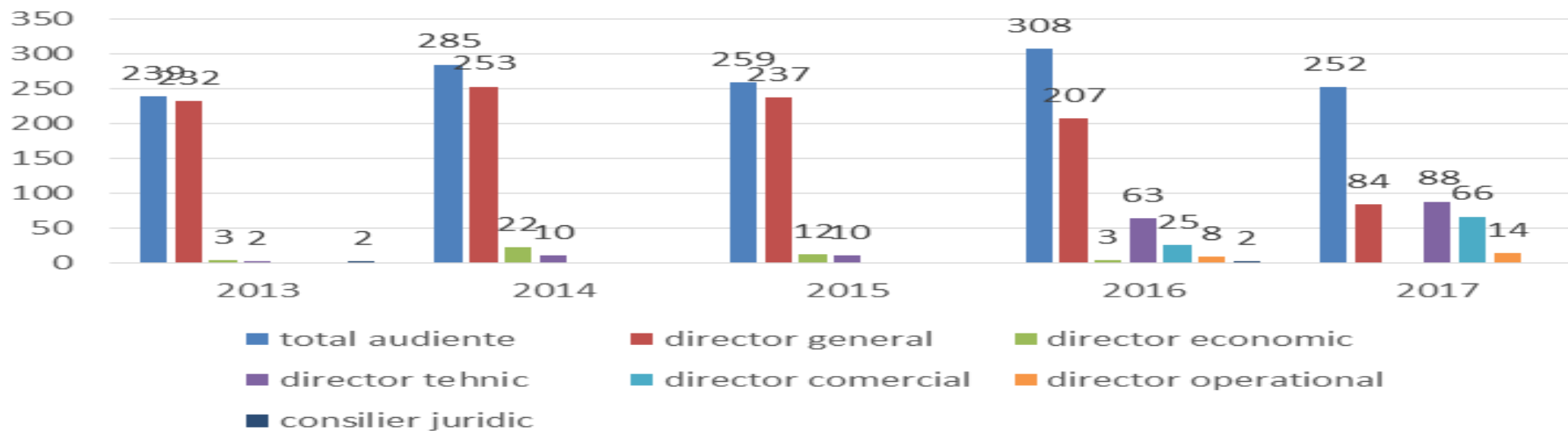




### 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

#### 9. Dreptul cetățeanului la audiențe

audiențe pe direcții ApaVital



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

#### 10. Implementare facilități moderne

S-au avut în vedere următoarele obiective:

- Economisirea timpului utilizatorilor;
- Simplificarea procesului birocratic;
- Asigurarea unei diseminări cât mai individualizate a informației;
- Accesul facil la etapele de facturare/încasare a prestațiilor operatorului;
- Adaptabilitatea la cerințele utilizatorilor;
- Calitatea, eficiența și rentabilitatea serviciului;
- Transparență și responsabilitate;
- Valorificarea facilităților oferite de societatea informatică.



WITH FUNDING FROM  
AUSTRIAN  
DEVELOPMENT  
COOPERATION



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra



cooperare  
germană  
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT



Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



### **3.3 Activitatea de Relații cu Publicul**

#### **10. Implementare facilități moderne**

##### **Comunicate privind întreruperile serviciilor:**

Prin intermediul paginii de web și facebook;

Abonare newsletter pe pagina de web;

Prin SMS-uri trimise utilizatorilor dacă există un număr de telefon valid în baza de date;

Prin intermediul adreselor de email valide din baza de date ApaVital;

Prin informarea video din mijloacele de transport în comun;

Prin intermediul unor canale externe, a platformelor de interes comunitar (Piața Publică, Civic Alert).



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra



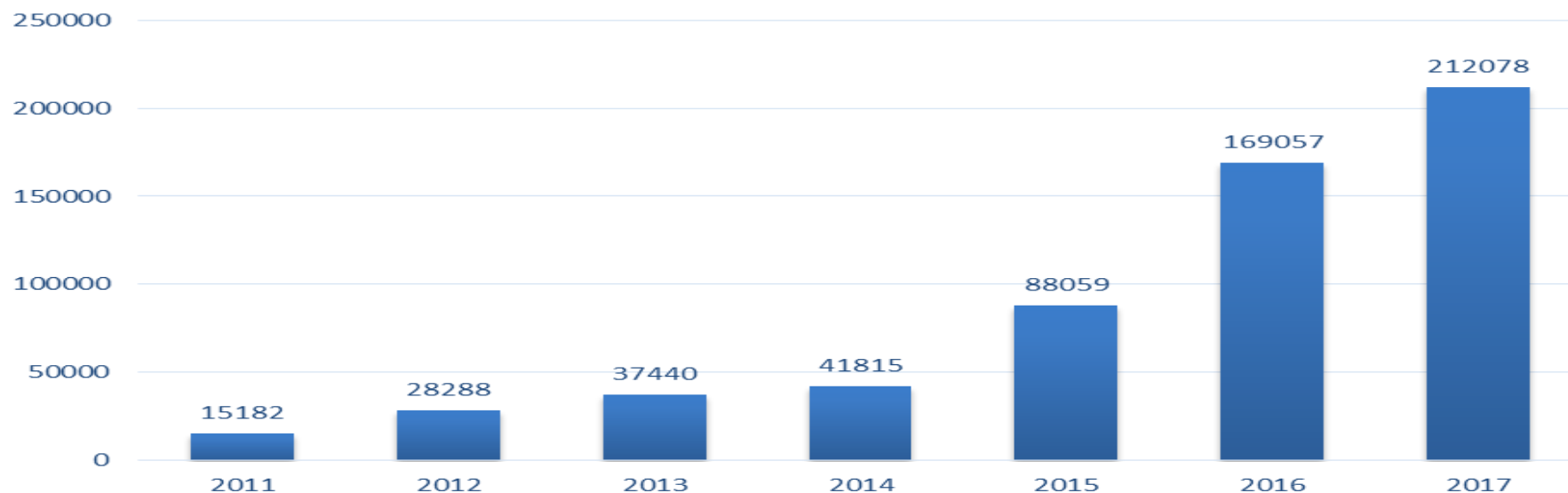




## 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 10. Implementare facilități moderne

**Evoluție SMS-uri trimise utilizatorilor**



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

#### Autocitiri:

- Telefonic prin intermediul Centrului de Contact;
- Prin intermediul poștei electronice;
- Prin intermediul portalului accesibil pe pagina de web;

#### Anunțuri emitere facturi:

- Consultare în cont deschis pe pagina de web;
- Trimitere factură în format electronică;
- Prin SMS la emitere factură;
- Notificare prin SMS la expirare scadență factură.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

## 10. Implementare facilități moderne

#### Facilități plată facturi:

Numerar sau cu cardul, la POS la casieriile ApaVital;

Plata directă la ghișeu cu numerar, debit direct, prin POS, ordin plată, terminalele ROBO în agenții BRD;

Prin PayPoint, PayZone, Westaco, Mobile Distribution cu numerar prin prezentarea facturii pentru scanarea codului de bare;

Plata online, prin card bancar, prin portalul [www.apavital.ro](http://www.apavital.ro)

Plata prin debit direct la BRD și Banca Transilvania;

Ordin de plată la Raiffeisen Bank, Veneto Bank, Volksbank, Citibank;

Prin virament bancar la orice altă bancă, la care utilizatorul are cont deschis și activat serviciul internet banking.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

#### Activități procedurate

În vederea îndeplinirii obiectivelor propuse menționăm următoarele Proceduri de Lucru Operaționale specifice activităților de relații cu publicul:

**PLO.RP.- 01** Informarea utilizatorilor;

**PLO.RP.- 02** Asigurarea accesului la petiționare și audiențe;

**PLO.RP. - 03** Relații cu Publicul.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 11. Indicatori de performanță

Nr. crt	Denumire indicator	Nivel țintă aferent anului 2017
1	Rata de pierdere a apelurilor (convorbiri telefonice nepreluete din cauza neinițierii convorbirii-număr de apeluri primite+pierdute)*100	7%
2	Rata de răspuns la petiții pe societate (nr.de petiții la care a fost formulat răspuns în termen de 15 zile lucrătoare/nr. total petiții repartizate, cu excepția celor care au raport de neconformitate)*100	100%
3	Asigurare acces la audiențe (nr. audiențe organizate/nr. audiențe solicitate)*100	100%
4	Timp mediu de răspuns la solicitări privind informații de interes public (nr. solicitări soluționate în mai puțin de 10 zile/nr. total de solicitări de informații de interes public)*100	100%
5	Reducerea timpilor convorbirii (Timp mediu de convorbire pe apel primit)	2 minute

DEVELOPMENT  
COOPERATION



Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

cooperare  
germană  
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT



## 3.3 Activitatea de Relații cu Publicul

### 11. Indicatori de performanță

Nr. crt	Denumire indicator	Nivel țintă aferent anului 2017
6	Viteza de răspuns la apelurile telefonice (nr. apeluri preluate în mai puțin de 30 sec/nr. total de apeluri primite)*100	98%
7	Viteza medie de răspuns la petiții (suma perioadelor scurse din momentul intrării petiției în organizație până în momentul răspunsului din partea organizației /nr. total de petiții)	13 zile
8	Rata petițiilor soluționate pe serviciu (nr. petiții primite de la clienți și soluționate în maxim 13 zile lucrătoare/număr total de petiții primite de la clienți)*100	95%
9	Număr contacte înregistrate la ghișeu (nr. contacte pe funcționar/nr. total contacte)*100	33,33%
10	Nr. documentații incomplete (nr. documentații returnate/nr. total documentații primite de funcționar)*100	0%

DEVELOPMENT  
COOPERATION



Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

cooperare  
germană  
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT



## *Modul 3: Relații cu Clienții*

### *3.4 Strategii în domeniu*

*Lector: Ing. Răzvan Manolache  
Șef Serviciu Marketing Relații cu Publicul*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.4 Strategii în domeniu

### Cuprins

1. *Ce este strategia*
2. *Principii de funcționare a serviciilor publice ce influențează strategiile de marketing*
3. *Identificarea nevoilor legate de serviciul de apă și de canalizare*
4. *Obiectivele strategice, legate de imagine, ale ApaVital*
5. *Mixul de marketing*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra







## 3.4 Strategii în domeniu

### Cuprins

6. *Strategia societății referitoare la protejarea imaginii în relațiile cu stakeholderii interni și externi*
7. *Transmiterea informațiilor despre activitățile societății prin intermediul purtătorului de cuvânt*
8. *Modalități de transmitere a mesajelor*
9. *Indicatori de performanță*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.4 Strategii în domeniu

### 1. Ce este strategia

**Un plan** - în sensul de acțiune conștientă, organizată

**O tactică** - în sensul de manevră specifică de atingere a unui obiectiv

**Un pattern (model)** - reprezentat de o succesiune de acțiuni

**O poziție** - în sensul de instrument de localizare a unui operator în mediul de lucru

**O perspectivă** - o direcție, un deziderat



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.4 Strategii în domeniu

### 2. Principii de funcționare a serviciilor publice ce influențează strategiile de marketing:

**Universalitatea** - ce susține dreptul accesului nediferențiat la servicii publice

**Continuitatea** - întreruperea serviciilor duce la un dezechilibru social și economic

**Calitatea** - raportarea la cerințe impuse prin norme tehnice sau juridice

**Protecția consumatorilor** - pentru a nu se abuza de poziția de monopol sau consumator captiv



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.4 Strategii în domeniu

### 2. Principii de funcționare a serviciilor publice ce influențează strategiile de marketing:

**Încrederea și fiabilitatea** - reputația firmei trebuie să gasească corespondent în servicii în interesul membrilor comunității

**Transparență și reponsabilitate** - presupune pe lângă accesul la serviciu și la informații publice asupra tuturor aspectelor legate de furnizare

**Accesibilitate** - informațiile despre serviciu să fie ușor de dobândit



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.4 Strategii în domeniu

### 3. Identificarea nevoilor legate de serviciul de apă și de canalizare

- *Sondajul de măsurare a satisfacției clientului*
- *Reclamații scrise sau telefonice- nu se vor restricționa*
- *Articole de presă*
- *Audiențe la managementul societății*
- *Schimb de bune practici cu operatori naționali sau internaționali*
- *Colaborări cu experți, consultanți, cadre universitare sau organizații patronale*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.4 Strategii în domeniu

### 4. Obiectivele strategice, legate de imagine, ale ApaVital

- Organizarea unui proces birocratic cât mai suplu pentru rezolvarea problemelor legate de serviciul de apă și de canalizare
- Creșterea vizibilității societății în special în rândul tinerilor, viitorii consumatori
- Creșterea notorietății și reputației brandului ApaVital



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.4 Strategii în domeniu

### 4. Obiectivele strategice, legate de imagine, ale ApaVital

- *Atragerea de noi clienți în zonele în care s-au înființat sisteme de distribuție apă și rețea de canalizare*
- *Orientarea spre client a acțiunilor angajaților cu care intră în contact*
- *Perceperea de către comunități a operatorului ca o societate implicată în problemele comunității*
- *Dezvoltarea canalelor de diseminare a informațiilor publice despre operator*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





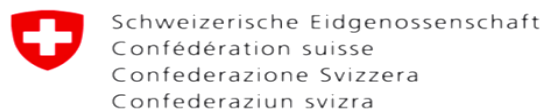
## 3.4 Strategii în domeniu

## 5. Mixul de marketing

Strategiile ApaVital combină elementele mixului de marketing funcție de temele vizate.



Structura mix-ului de marketing







## 3.4 Strategii în domeniu

### 6. Strategia societății referitoare la protejarea imaginii acesteia în relațiile cu stakeholderii interni și externi

- *Abordarea proactivă a temelor majore de interes public*
- *Reacții prompte pentru combaterea mesajelor negative din spațiul public*
- *Formarea profesională a angajaților ce intră în contact cu utilizatorul*
- *Crearea de facilități privind distribuția și plata facturilor*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.4 Strategii în domeniu

### 6. Strategia societății referitoare la protejarea imaginii acesteia în relațiile cu stakeholderii interni și externi

- Crearea de facilități privind comunicarea informațiilor de interes public
- Organizarea de vizite la obiectivele gestionate de ApaVital
- Încheierea de parteneriate cu instituții sau ONG-uri cu o bună notorietate
- Organizarea de activități de responsabilitate socială



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.4 Strategii în domeniu

### 7. Transmiterea informațiilor despre activitățile societății prin intermediul purtătorului de cuvânt

*Operatorul valorifică, funcție de situație, ca purtător de cuvânt următoarele persoane:*

- *Directorul general care este reprezentantul oficial în relația cu stakeholderii*
- *Președintele Consiliului de Administrație*
- *Persoana responsabilă de activitățile de Marketing și relații cu publicul*
- *Persoane cu expertiză tehnică, în cazul situațiilor ce necesită puncte de vedere aprofundate*
- *În situațiile de criză se alege un singur purtător de cuvânt*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.4 Strategii în domeniu

### 8. Modalități de transmitere a mesajelor

- Conferințe de presă
- Emisiuni în mass media
- Comunicate pentru presă
- Răspunsuri la corespondențe
- Campanii pe subiecte de interes public
- Întâlniri cu formatori de opinie
- Ședințe de Consilii Locale, Județene, Asociație de dezvoltare



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.4 Strategii în domeniu

### 9. Indicatori de performanță

#### Denumire indicator

1. Timp mediu de răspuns la solicitări privind informații de interes public (nr. solicitări de informații de interes public soluționate în mai puțin de 10 zile/nr. total de solicitări de informații de interes public)\*100

**Nivel țintă aferent anului curent 100%**

**Nivel realizat în anul 2017 100%**



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.4 Strategii în domeniu

### 9. Indicatori de performanță

2. Comunicate de presă privind activitățile societății ( nr. comunicate transmise/nr. fișe intervenție)\*100

**Nivel țintă aferent anului curent 100%**

**Nivel realizat în anul 2017 100%**

3. Îndeplinirea activităților din planul de marketing (nr. activități realizate/nr. total activități din plan)\*100

**Nivel țintă aferent anului curent 100%**

**Nivel realizat în anul 2017 110,64%**



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.4 Strategii în domeniu

### 9. Indicatori de performanță

4. Asigurarea completării cu informații a revistei InfoApa (nr. apariții revistă)

**Nivel țintă aferent anului curent 12 apariții**

**Nivel țintă aferent anul 2017 12 apariții**

5. Creșterea vizibilității pe Facebook (impactul postărilor pe trimestru/impact trimestru anterior)\*100

**Nivel țintă aferent anului curent 5%**

**Nivel realizat în anul 2017 8,52%**



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.4 Strategii în domeniu

### 9. Indicatori de performanță

6. Timp mediu de răspuns la comentariile de pe Facebook în maxim 1 zi

**Nivel țintă aferent anului curent 100%**

**Nivel realizat în anul 2017 100%**



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra







## *Modul 3: Relații cu Clienții*

# *3.5. Revista InfoApa*

*Lector: Ioan Savin*

*Serviciul Marketing Relații cu Publicul*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.5. Revista Info Apa



## Cuprins

- 💧 Scop
- 💧 Obiective
- 💧 Cerințe
  - a. Crearea unui concept grafic
  - b. Crearea conceptului editorial
- 💧 Conținut
- 💧 Colectivul redacțional
- 💧 Mod de realizare
- 💧 Coperta și cuprinsul revistei
- 💧 Date tehnice



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.5. Revista Info Apa



#### Scop

- ❖ Revista internă a companiei trebuie să răspundă nevoilor de comunicare și de informare a angajaților, ajutându-i pe aceștia să cunoască mai bine compania, modul de funcționare a acesteia, departamentele din cadrul companiei, politicile de resurse umane, să afle despre activitățile de responsabilitate socială organizate
- ❖ Revista oferă informații despre evenimentele importante apărute în viața organizației
- ❖ Revista trebuie să fie o publicație credibilă în ochii angajaților, care să transmită mesajele managementului în ceea ce privește strategiile și proiectele companiei



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.5. Revista Info Apa



#### Obiective

- ❖ *Promovarea valorilor companiei: misiunea, viziunea, identitatea de brand*
- ❖ *Informarea angajaților privind strategia companiei, realizările, proiectele de viitor*
- ❖ *Prezentarea departamentelor și a activităților desfășurate de acestea*
- ❖ *Prezentarea oamenilor-cheie din companie*
- ❖ *Fluidizarea circulației informației dintre management și angajați*
- ❖ *Întărirea percepției pozitive a angajaților asupra companiei și fidelizarea acestora*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.5. Revista Info Apa



#### Cerințe

##### Crearea conceptului grafic

- abordare grafică proaspătă, plină de energie și dinamism
- layout în linie cu identitatea de brand a companiei
- elemente grafice care să simplifice lectura
- spații alocate fotografiilor și elementor grafice



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.5. Revista Info Apa



## Cerințe



#### **Crearea conceptului editorial**

- să conțină informații complete, din diverse perspective
- să îmbine informațiile raționale, referitoare la activitățile companiei, cu cele emoționale, care țin de viața organizației
- stabilirea de rubrici care să atingă întreaga plajă de conținut
- crearea unui flux de lucru
- reguli de colectare și de selectare a informației
- reguli de redactare
- definirea rolurilor membrilor redacției și stabilirea modului de lucru



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.5. Revista Info Apa



## Conținut

- 💧 Știri
- 💧 Interviuri
- 💧 Reportaje
- 💧 Editoriale
- 💧 Rubrici permanente
- 💧 Colțul cititorului



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.5. Revista Info Apa



#### Conținut

- 💧 *Noutăți din activitatea departamentelor*
- 💧 *Evenimente cu impact major (modificare regulamente, proceduri de lucru, cod de etică, noutăți legislative etc.)*
- 💧 *Direcții strategice ale companiei*
- 💧 *Concursuri*
- 💧 *Idei de petrecere a timpului liber*
- 💧 *Sondaje de opinie*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra







### 3.5. Revista Info Apa



#### Colectivul redacțional

- 💧 *Editor/redactor șef*
- 💧 *Redactori*
- 💧 *Colaboratori*
- 💧 *Fotograf*
- 💧 *Grafician*
- 💧 *Cap limpede*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.5. Revista Info Apa



#### Mod de realizare

- 💧 *Sedința de redacție*
- 💧 *Documentare în teren*
- 💧 *Scrierea articolelor*
- 💧 *Realizarea și selectarea imaginilor*
- 💧 *Machetarea*
- 💧 *Transmiterea textelor și imaginilor către grafician*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.5. Revista Info Apa



#### Mod de realizare

- ❖ *Realizarea graficii*
- ❖ *Corectura*
- ❖ *Bunul de tipar*
- ❖ *Transmiterea către tipografie*
- ❖ *Primirea și distribuirea revistei către angajați*
- ❖ *Obținerea unui feedback*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.5. Revista Info Apa



#### Coperta

- ❖ *Să aibă impact vizual, atât grafic cât și din punct de vedere al titlului*
- ❖ *Să conțină un articol principal, cu subiectul cel mai important*
- ❖ *Să conțină o imagine în legătură cu articolul principal*
- ❖ *Să conțină un sumar cu ceea ce se poate citi în revistă*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.5. Revista Info Apa



## Știrea

*Un om a fost mușcat de un câine.*

VS

*Un om a mușcat un câine.*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.5. Revista Info Apa



## Cuprinsul revistei

- 💧 *Articole scurte, cu fotografii*
- 💧 *Rubrici permanente sau ocazionale*
- 💧 *Galerii foto*
- 💧 *Curiozități despre apă*
- 💧 *Articole despre acțiuni de comunicare externă*
- 💧 *Articole despre acțiuni de comunicare internă*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.5. Revista Info Apa



#### Aspect

- 💧 *Cromatică echilibrată*
- 💧 *Caractere lizibile și prietenoase*
- 💧 *Fotografii la o rezoluție bună*
- 💧 *Elemente grafice care să faciliteze lectura*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.5. Revista Info Apa



#### Info Apa

- 💧 *Periodicitate: lunar*
- 💧 *Format: 330 x 240 mm*
- 💧 *Hârtie cretată, DCL 115 grame/mp*
- 💧 *Policromie: CMYK*
- 💧 *Număr de pagini: 4*
- 💧 *Tiraj: 1.200 exemplare/apariție*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra







**APAVITAL**  
o parte din viața ta



**Am fost la Crosul Apei!**

Fortoasă mare pe malul lacului Chirța! Într-o zi de sâmbătă, 16 mai, anu de grație 2015, 30 de concurenți la probe masculină și 11 concurenți la cea feminină așteaptă cu nerăbdare startul primei ediții a Crosului Apei, organizat special pentru echipa ApaVital. Nu lipsește numele "griji" din conducerea companiei. Organizatorii împart veste speciale confecționate, fiecare primind numărul său de concurs. Se apropie ora startului, emoțiile cresc. Concurenții își fac încălzirea, fiecare cu crede de cuvânt: alergări sau mers pe traseul cu urmează a fi parcurs, fac ușoare mișcări de gimnastică, socializează cu colegii. Doamna doctor Daniela Blaj este pregătită pentru a interveni în caz de nevoie. Din fericire, nu am avut evenimente neferice, cu toate că am avut parte de un traseu accidentat. Ora 10. Blăjeții pleacă în trombi stărnind un nor de praf în urma lor. Cursa e rapidă. Unii, mai puțin pregătiți, cad în capcană și se "ating" pe drum. În trei minute, primii concurenți ajung deja la punctul intermediar, primesc din fugă o brățară albastră și se grăbesc spre soare. Primul ajunge Ionuț Morăreșu, în 6 minute și 31 de secunde. La o secundă distanță îl urmează tatăl său, Ionuț Morăreșu. Își câștigă fiecare cursa, la categoria lui de vârstă. Locurile II sunt ocupate aproape instantaneu de Ioan Savin și de Iulian Simoc, la 9 secunde de primii doi clasati. După 6 minute și 45 secunde, podiumul interior se înclină, odată ce Denis Burduchi trece linia de sosire. Îl urmează Iulian Smoc, Nicușor Amariței, Silviu Ciocărian și Gheorghita Tat. La 7 minute și 42 secunde de la începerea cursei, trece linia de sosire Ioan Ciobanu, ocupând astfel ultima treaptă a podiumului la categoria peste 41 de ani. Îl urmează

Alexandru Moroșanu, Robert Ungureanu, Marius Minea, Andrei Diaconu, Marius Ursacheș, Ionel Huzum, Gheorghe Rusu, Petru Opăric, Răzvan Manolache, Liviu Ciocan, Iulian Irimie, Cătălin Radovici, Doru Crișcan, Adrian Bălanu, Cristian Chiriac, Ion Toma, Cătălin Neculciu, Vasile Iacob și Adrian Blaj. Ultimul pe listă, pentru că nu a mai alergat, Petru Ozar.

Începe cursa fetelor. Încet, încet, plutonul se răfăie. Doamna director are propria sa cursă și trece individual linia de sosire în apăsate asistențe. Apoi trec toate fetele înscrise la categoria 18-40 ani: Andreea Repede, Daniela Ciobanu, Valentina Toma,



**"Grijă de apă, grijă de comunitate" Participare de excepție la ExpoApa 2016, București**

Pașunea face lumina să se învârtă. (Anonim)

Cred că secretul succesului companiei noastre stă în faptul că și-a propus și a reușit să facă lucrurile mai bine decât ceilalți: calitate, promptitudine și flexibilitate, adică construirea unui brand solid, nu o simplă rulare a banilor. ApaVital a devenit un nume de referință datorită pașunii echipei, bine încheiate, și a obiectivului de a construi o companie curată și transparentă. Pe scurt, muncă multă, seriozitate, încredere, reinvățarea profesională și certitudinea că tradiția nu înseamnă blazare.

Toate acestea le știu de ceva vreme, dar justate gândurilor mele mi-au fost confirmate când am participat, împreună cu câțiva colegi din ApaVital, în perioada 16-18 mai 2016, la cel mai important eveniment anual din sectorul apei – Forumul Regional al Apei „Dunăre-Europa de Est”, o expoziție internațională specializată în domeniul apei, anuală la ediția cu numărul 18.

Expoziția s-a desfășurat la Palatul Parlamentului din București, unde au fost amenajate standuri atât ale furnizorilor de specialitate din domeniul apei, unde sunt expuse echipamente și tehnologii, cât și

ale Comitetelor Teritoriale ale Asociației Române a Apei unde operatorii își expun ultimele realizări. ApaVital lași, în calitate de membru al Comitetului Teritorial Moldova, a avut sarcina aranjării unui stand propriu, tema de prezentare aleasă în acest an fiind "Grijă de apă, grijă de comunitate". A devenit tradiție ca ApaVital să prezinte un stand cu care să-și impresioneze vizitatorii, nu prin opulență, ci prin mesajul transmis, grafică reliefând grija față de apă și față de comunitate, mascota AVI și sloganul "Apă fără plastic" fiind fără îndoială punctele forte.

Forumul Regional al Apei „Dunăre-Europa de Est” nu a însemnat doar o expoziție, ci și un ansamblu de evenimente cu largă deschidere internațională: Conferința Internațională „Managementul Nămolurilor” 2016, Seminarul Ministerului Fondurilor Europene privind Programul Operațional Infrastructură Mare 2014-2020, Workshop-ul Economic Regional „Tendințe pentru Serviciile de Apă și Suportabilitate”, organizat împreună cu Grupul de Specialiști pentru Economie și Statistică al Asociației Internaționale a Apei (IWA), Seminarul A.N.R.S.C. privind Evoluția Reglementărilor în România, la nivel regional și european, prezentarea unor proiecte de investiții.

Ec. Doru Crișcan – Bașchir



**ApaVital, de 10 ani în viața ta!**

În urmă cu 10 ani, istoria operatorului de apă și de canalizare din Iași consemna începutul unui amplu proces de schimbări, fiind inițiate demersuri de reorganizare. Pe 24 aprilie 2008, Oficiul Registrului Comerțului a emis certificatul de înregistrare pe numele S.C. ApaVital S.A., consemnând astfel transformarea în societate comercială pe acțiuni a fostei Regii Autonome Județene de Apă Canal (R.A.J.A.C.) Iași.

Reorganizarea a presupus un nou model de organizare, mai eficient și adaptat provocărilor la care noua societate comercială trebuia să facă față, o nouă cultură organizațională și un nou brand corporatist. Noua formă de organizare a permis extinderea ariei de operare la nivel regional, atingerea unor obiective de eficiență economică, acces la fondurile europene și implementarea unor programe de responsabilitate socială. S-au produs modificări atât la nivelul componentei organizatorice cât și la nivelul poziționării companiei ca operator strategic de utilitate publică. S-a schimbat filosofia companiei; a fost adoptată o noua misiune, noi obiective strategice și noi valori corporatiste.

După 10 ani, cifrele stau mărturie evoluției și performanțelor atinse de ApaVital:

- aia de operare a crescut de la 37 la 77 de unități teritoriale

deservite;

- utilizatorii noștri au devenit mai numeroși: de la 336 mii în 2008, la 460 mii în prezent;
- volumul de apă facturat s-a cifrat la 245 milioane de metri cubi;
- investițiile din surse proprii au însemnat 201 contracte de lucrări, în valoare de 104 milioane lei;
- investițiile din surse externe, în mare parte fonduri nerambursabile, s-au concretizat în 38 de contracte de lucrări, în valoare de 170 milioane de euro;
- s-au realizat 1.315 km rețea de distribuție apă potabilă, 657 km rețea de canalizare și 286 km rețea aducătoare;
- 59 Stații Pompare Ape și Ape Uzile noi și reabilitate;
- 15 Rezervoare noi sau reabilitate;
- 5 Stații Tratare Apă Potabilă noi sau reabilitate;
- 4 Stații Epurare Apă Uzată noi sau reabilitate.

După 10 ani de funcționare în noua formă de organizare, ApaVital dă asigurări că va continua să se dezvolte și să investească în infrastructura de apă și de canalizare din aria sa de operare, oferind servicii de calitate tuturor clienților săi. Vă mulțumim pentru încrederea acordată, vă mulțumim că ați fost alături de noi!



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra



**giz** Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Proiectul SDC-ADA "Consolidarea cadrului instituțional în sectorul alimentării cu apă și sanitație din Republica Moldova"



## *Modul 3: Relații cu Clienții*

# *3.6. Pagina de Facebook*

*Lector: Ioan Savin*

*Serviciul Marketing Relații cu Publicul*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.6. Pagina de Facebook



## Cuprins

- ❖ *Scop*
- ❖ *Public*
- ❖ *Ce postăm pe facebook*
- ❖ *Tipuri de postări și distribuție*
- ❖ *Comunicarea cu utilizatorii*
- ❖ *Date și statistici*
- ❖ *Poziționare*
- ❖ *Pagina de facebook ApaVital*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.6. Pagina de Facebook



#### Scop

- ❖ *Pagina de facebook reprezintă o unealtă de comunicare din ce în ce mai prezentă în viața oamenilor, ocupând primul loc în lista canalelor accesate în anul 2017, prin intermediul căruia brandul informează, vinde, se promovează și, cel mai important, intră în contact direct cu noii clienți, păstrând legătura cu cei existenți.*
- ❖ *Promovarea pe Facebook este una dintre cele mai avantajoase moduri de a interacționa, unde, cu un cost mic, se poate obține un rezultat maxim.*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.6. Pagina de Facebook



#### Public

- 💧 În județul Iași există 394.350 utilizatori de Facebook\*, ceea ce reprezintă o proporție de aproximativ 94% din totalul utilizatorilor ApaVital. Practic, prin utilizarea Paginii de Facebook crește vizibilitatea societății și ne putem adresa unui număr considerabil de utilizatori de servicii de apă și canalizare.
- 💧 Prin toate aceste activități, deschidem practic o fereastră către public, unde îi invităm să ne cunoască mai bine, să cunoască performanțele noastre, perseverența, progresul și profesionalismul de care dăm dovadă zi de zi.

\* conform <http://iasi.facebrands.ro/>



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.6. Pagina de Facebook



### Ce postăm pe facebook

- ❖ *momente relevante din activitatea societății ApaVital, în timpul sau după finalizarea lucrărilor*
- ❖ *descrierea sumară a lucrărilor și operativitatea echipelor de intervenții*
- ❖ *realizările și investițiile societății*
- ❖ *procesele tehnologice utilizate în stații*
- ❖ *desfășurarea activităților de responsabilitate socială externă*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.6. Pagina de Facebook



#### *Ce postăm pe facebook*

- 💧 *informații de interes pentru utilizator, privind programul de lucru la Ghișeu și Centrul de Contact*
- 💧 *modalitățile de contactare a operatorului ApaVital*
- 💧 *informații despre facturare și modalități de plată a facturilor*
- 💧 *informații despre autocitiri*
- 💧 *documentele necesare avizării*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.6. Pagina de Facebook



#### Ce postăm pe facebook

- ❖ *sfaturi despre economisirea apei*
- ❖ *sfaturi pentru protejarea rețelelor interioare împotriva înghețului*
- ❖ *evenimente și informații*
- ❖ *mesaje cu ocazia sărbătoririi unor zile naționale sau internaționale*
- ❖ *mesaje de conștientizare a populației privind risipa apei și protejarea mediului și a resurselor de apă*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra







### 3.6. Pagina de Facebook



### Tipuri de postări și distribuție

- ❖ *texte, însoțite obligatoriu de fotografii*
- ❖ *clipuri video*
- ❖ *clipuri animate*
- ❖ *filme de prezentare*
- ❖ *link-uri către site-ul societății, cu trimitere către diferite informații postate*
- ❖ *infografice*

*Postările se realizează în fiecare zi lucrătoare.*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.6. Pagina de Facebook



#### Comunicarea cu utilizatorii

- ❖ *Se formulează răspunsuri la întrebările venite din partea utilizatorilor, atât la mesajele private cât și cele din zona publică*
- ❖ *Sunt oferite informațiile solicitate de utilizatori*
- ❖ *Se fac trimiteri către site-ul propriu, ca răspuns la întrebările venite din partea utilizatorilor*
- ❖ *Sunt apreciate mesajele primite de la utilizatori ca răspuns la aprecierile venite din partea lor*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.6. Pagina de Facebook



#### *Date și statistici*

- 💧 *Pe parcursul anului 2017, pagina de facebook ApaVital a înregistrat o creștere semnificativă atât a numărului de aprecieri a postărilor, de la 1.036 la data de 14.02.2017 până la 1.908 în prezent, cât și a numărului de persoane care au interacționat cu pagina*
- 💧 *Impactul a crescut în fiecare lună, de la 63.887 înregistrat în 31 decembrie 2016 până la 392.824 înregistrat la 31 decembrie 2017*
- 💧 *Numărul de urmăritori ai paginii a crescut de la 715 înregistrați la 1 ianuarie 2017, la 1.972 în data de 30 aprilie 2018*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

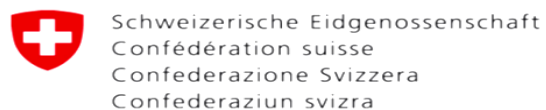




### 3.6. Pagina de Facebook



### Date și statistici

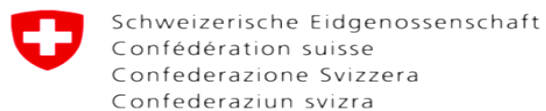




### 3.6. Pagina de Facebook



### Date și statistici





### 3.6. Pagina de Facebook



### Poziționare pe piață

💧 *Pagina de facebook ApaVital este înscrisă în Romanian brands on facebook - Serviciul de monitorizare a paginilor de facebook din România - și se află pe poziția 630 din totalul de 1.527 a Companiilor & Firmelor din țară, cu 1.905 aprecieri. Din operatorii de apă-canal înscriși, cel mai bine se plasează SC RAJA SA Constanța, care se află pe locul 67, cu 32.682 aprecieri*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.6. Pagina de Facebook

## Pagina de facebook ApaVital

ApaVital a adăugat 4 fotografii noi.  
Publicat de Ioan Savin [?] · 7 Septembrie 2017 ·

În data de 7 septembrie 2017, ApaVital a primit vizita Echipei de Conducere la nivel înalt a JSTI – EPTISA – EPTISA. Respectiv dl Junhua Wang (președinte), dl Luis Villaroya (vicepreședinte și CEO), dl Youyou Zhang (adjunct CEO) și dl Gerardo Roiz de la Parra (International Managing Director). Grupul EPTISA (cu sediul central la Madrid, Spania), prin SC EPTISA România, începând cu anul 2008, a derulat contracte majore de servicii având ca Autoritate Contractantă, SC APAVITAL IAȘ... Vezi mai mult



Impact: 2.587 persoane

Promovează postarea

ApaVital  
Publicat de Silvia Silvia [?] · 28 Iulie 2017 ·

Cum se fabrică apa potabilă.



Clipul tău video este popular printre bărbații cu vârste cuprinse între 25-34

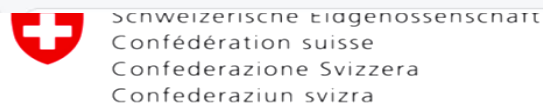
Promovează postarea

9 mii de vizualizări

Îmi place Comentează Distribuie

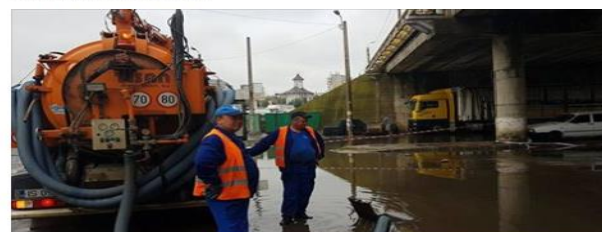
81 Cele mai relevante

117 distribuiri



ApaVital a adăugat 3 fotografii noi.  
Publicat de Ioan Savin [?] · 7 August 2017 ·

Precipitațiile căzute în ultimele 24 de ore au produs disfuncționalități în sistemul de canalizare a orașului. Ieri, în perioada maximă de furtună, care a durat cca. 20 de minute, peste oraș a căzut o cantitate de precipitații de 40-50 l/mp, ceea ce a dus la inundări parțiale de străzi, în special în zonele joase ale orașului. Situația a fost îngreunată și de vântul puternic, care a smulș crengi și frunze, acestea din urmă determinând înfundarea gurilor de scurgere. Chiar da... Vezi mai mult



Impact: 1.428 persoane

Promovează postarea

ApaVital  
Publicat de Silvia Silvia [?] · 2 Octombrie 2017 ·

Indiferent de tipul de ulei folosit la gătit acesta NU TREBUIE aruncat la chiuvetă, în canalizare, în tomberon sau în natură. Dacă uleiul este aruncat în chiuvetă, înfundă și corodează țevile și provoacă un miros greu de suportat.

Ajuns în canalizare poate să formeze niște blocuri de grăsime care opresc circulația în interiorul acesteia făcând apa să refuleze pe străzi, să corodeze conductele ori să provoace mirosuri insuportabile. În apă are efecte și mai devastatoare: un li... Vezi mai mult



Impact: 4.324 persoane

Promovează postarea

Îmi place Comentează Distribuie





## 3.6. Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor



### Cuprins

1. Structura Serviciilor Comerciale
2. Lista activităților desfășurate în cadrul Serviciilor Comerciale
3. Tipuri de utilizatori
4. Contractul de furnizare/prestare a serviciului de alimentare cu apă și de canalizare
5. Citirea contoarelor de branșament și facturarea consumurilor



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra







## 3.6. Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor



### Cuprins

6. Contractare în condominii
7. Sancțiuni aplicate în cazul întârzierii la plată
8. Sancțiuni aplicate în cazul neplății
9. Preluare ape pluviale
10. Raport de activitate



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.6. Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor



### Subtitlul 1 - Structura Serviciilor Comerciale

*Serviciul Comercial Zona Metropolitană Iași – municipiul Iași și comunele limitrofe: Lețcani, Ciurea, Bârnova, Tomești, Holboca, Aroneanu, Valea Lupului, Reditu, Miroslava și Popricani. Sector Comercial Iași Nord*

*Sector Comercial Iași Sud*

*Serviciul Comercial Zona Județeană Iași – restul localităților și comunelor din aria de operare din județul Iași și localitățile din județul Neamț prin care trece conducta de aducțiune Timișești.*

*Sector Comercial Bahlui*

*Sector Comercial Prut-Bârlad*

*Sector Comercial Siret*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

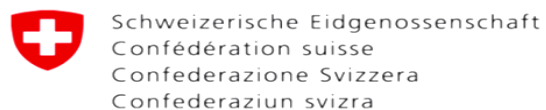
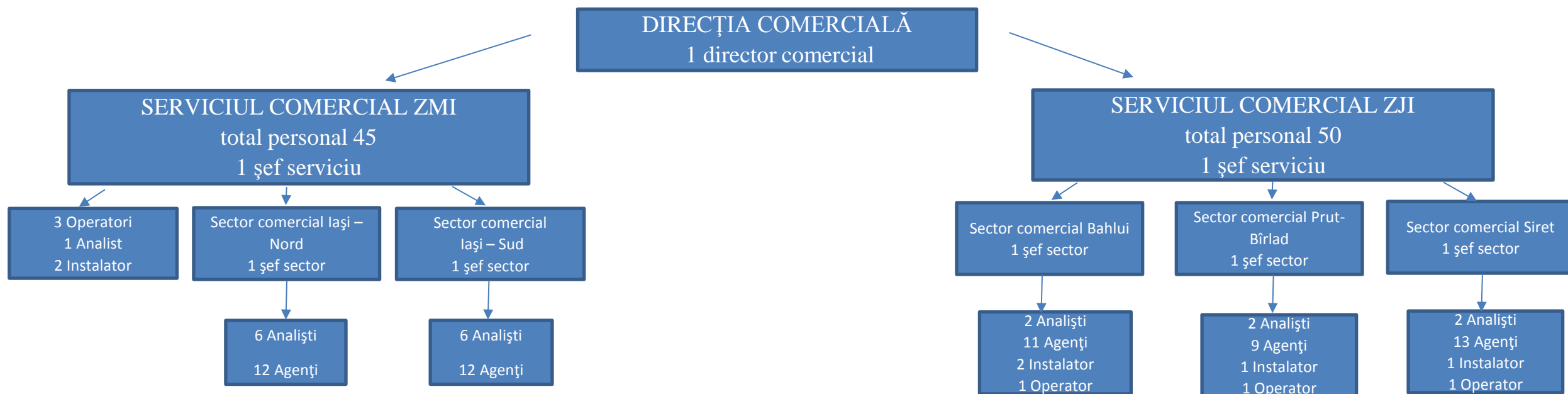




### 3.6. Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor



#### Subtitlul 1 - Structura Serviciilor Comerciale





## 3.6. *Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor*



### *Subtitlul 2 - Lista activităților desfășurate în cadrul Serviciilor Comerciale*

1. Contractarea serviciilor de alimentare cu apă și de canalizare
2. Citirea contoarelor de branșament și emiterea facturilor
3. Încasarea creanțelor la utilizatorii rău platnici
4. Răspunsuri la petiții/sesizări cu privire la activitățile comerciale



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.6. Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor



### *Subtitlul 2.1 – Contractarea serviciilor de alimentare cu apă și de canalizare*

- Primirea documentației în vederea întocmirii contractului
- Întocmirea contractului
- Semnarea contractului de către utilizator
- Înregistrarea în sistemul informatic
- Arhivarea contractelor la nivel de serviciu



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.6. *Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor*



### *Subtitlul 2.2 – Citirea contoarelor de branșament și facturarea consumurilor*

- Citirea consumului realizat
- Transmiterea citirii și înregistrarea în CROS
- Verificarea și validarea consumurilor
- Efectuarea calculului pentru consumul înregistrat
- Verificarea rapoartelor în vederea emiterii facturilor
- Emiterea și transmiterea facturii



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.6. *Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor*



### *Subtitlul 2.3 – Încasarea creanțelor de la utilizatorii rău platnici*

- Notificarea utilizatorului
- Emiterea ordinului de închidere
- Emiterea ordinului de debranșare/bușonare
- Furnizarea datelor în vederea întocmirii dosarului de acționare în judecată
- Încasarea creanțelor și a cheltuielilor de judecată



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.6. *Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor*



### *Subtitlul 2.4– Răspunsuri la petiții/sesizări cu privire la activitățile comerciale*

- Primirea prin intermediul registrului intrări-ieșiri a petițiilor/sesizărilor
- Culegerea informațiilor necesare întocmirii răspunsului
- Redactarea răspunsului la petiții/sesizări
- Verificarea răspunsului formulat de către șefii compartimentelor
- Transmiterea răspunsului către utilizator



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra







## 3.6. Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor



### Subtitlul 3 – Tipuri de utilizatori

Operatori economici – 3.006 contracte

Instituții publice – 626 contracte

Utilizatori casnici individuali, persoane fizice – 72.547 contracte

Utilizatori casnici colectivi, asociații de proprietari/chiriași cu personalitate juridică: – 3.819 contracte, din care:

- contracte cu asociații de proprietari/chiriași – 2.244
- contracte în nume propriu – 892
- contracte individuale – 448
- convenții individuale – 235

Total contracte gestionate (decembrie 2017) – 79.998

Total locuri de consum (decembrie 2017) – 83.925



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.6. Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor



#### *Subtitlul 4 – Contractul de furnizare/prestare a serviciului de alimentare cu apă și de canalizare*

- Contractul utilizat în cadrul SC APAVITAL SA a fost aprobat prin Hotărârea Nr.2/12.05.2009 a ARSACIS și are la bază contractul cadru ce a fost aprobat prin Ordinul Nr. 90/2007 al ANRSC
- Se folosește același tip de contract pentru toate categoriile de utilizatori
- Se furnizează/prestează serviciul de alimentare cu apă și de canalizare numai pe baza unui contract încheiat cu utilizatorul.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.6. Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor



### **Subtitlul 5 – Citirea contoarelor de branșament și facturarea consumurilor** *contorizare*

Gradul de

SCZMI – 99,99% - 3 utilizatori necontorizați, condiții tehnice improprii

SCZJI – 99,87% - 59 utilizatori necontorizați, rețele apă prin proprietăți private

#### *Citirea consumului realizat*

Se efectuează de către 57 agenți servicii client, astfel:

- Lunar – la operatorii economici, instituții publice, utilizatori casnici colectivi, asociații de proprietari/chiriași cu personalitate juridică
- O dată la 6 luni – la utilizatorii casnici individuali, persoane fizice
- Citirea prin vizualizare directă pentru un număr de 78.768 contoare – 93,85%
- Citirea prin transmisie la distanță pentru un număr de 5157 contoare – 6,15%

*Evidența consumurilor de apă este electronică, pentru fiecare utilizator în parte fiind atribuit un cod de identificare, permițând astfel utilizarea facilă a datelor pentru emiterea facturii, întocmirea de rapoarte, etc.*



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.6. Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor



### **Subtitlul 5 – Citirea contoarelor de branșament și facturarea consumurilor**

*Activitatea de*

*citiri contoare și emitere facturi:*

- Graficul de citiri a contoarelor de branșament se întocmește conform clauzelor din contractele de furnizare/prestare servicii apa-canal încheiate cu utilizatorii (rute lunare de citire);
- Operatorul introduce/validare date încarcă în PSION datele utilizatorilor ce urmează a fi citați de către agentul servicii client în 3 – 5 zile lucrătoare;
- Agentul servicii client se deplasează în teren conform graficului de citiri în vederea identificării utilizatorilor și a tipului de citire ce urmează a se efectua (radio sau vizual); Agentul servicii client efectuează citirile cu ajutorul PSION-ului;
- Operatorul descarcă datele din PSION în baza de date CROS și generează documentul "Citiri" pe care îl transmite prin intermediul agentului servicii client către analistul servicii client responsabil de zonă;
- Analistul servicii client verifică, rezolvă eventualele neconformități sesizate în teren și validează documentul "Citiri";
- Prin intermediul aplicației informatice CROS, operatorul introduce/validare date generează facturile tuturor utilizatorilor;
- În cazul în care un utilizator deține mai mult de un branșament (loc consum) se va încheia cu acesta un singur contract și se va emite o singură factură;
- Facturile emise sunt transmise, funcție de opțiunea utilizatorului: la casierile operatorului, prin serviciul de curierat sau pe adresa de e-mail.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.6. Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor



### **Subtitlul 5 – Citirea contoarelor de branșament și facturarea consumurilor**

*Sanctiuni*

*(deteriorare contor, rupere sigiliu, intervenție utilizator)*

- Orice reparație sau înlocuire de contor de branșament care se datorează unei cauze străine de voința operatorului (îngheț, incendiu, șoc exterior) sunt efectuate de operator pe cheltuiala exclusivă a utilizatorului. Tot pe cheltuiala utilizatorului se efectuează și verificarea metrologică a contorului în cazul în care sigiliile aplicate de către operator au fost rupte.
- Pentru situații de consum fraudulos (*sigiliile aplicate de operator sunt rupte cu intenția de a prejudicia operatorul, intervenție neautorizată asupra contorului de branșament menită să influențeze indicațiile acestuia, lipsa contorului din instalație, intervenție asupra rețelei de alimentare cu apă menită să ocolească contorul de branșament, violare sigiliu metrologic sau de by-pass*) prejudiciul creat operatorului se consideră ca fiind cantitatea calculată conform indicațiilor contorului sau stabilită conform Ordin29/N/1993 pentru utilizatorii la care nu există un istoric de consum. În ambele situații cantitatea se multiplică cu trei și se aplică pentru o perioadă de maxim 36 de luni anterioare depistării (atunci când această perioadă nu se poate determina) la tarifele în vigoare la data constatării.
- Aceeași modalitate de calcul se aplică și în cazul în care utilizatorul deversează clandestin apă uzată în rețeaua de canalizare.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.6. Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor



### Subtitlul 6 – Contractare în condominii

În cazul condominiilor sunt mai multe tipuri de contractare

#### 1. Contract încheiat cu utilizatorul colectiv – asociație de proprietari (art. 31 din Legea 241/2006 republicată)

- operatorul nu are atribuții în aval de contorul de branșament
- achiziționarea și montarea repartitoarelor de costuri (contoarelor de apartamente) cade în sarcina proprietarilor de spații cu destinația de locuință sau spații cu altă destinație decât cea de locuință
- citirea repartitoarelor de costuri și repartizarea consumului înregistrat de contorul de branșament este în sarcina asociației de proprietari

#### 2. Contract în nume propriu (art. 28 din Legea 241/2006 republicată)

- proprietarul de apartament a realizat un branșament contorizat, în amonte de contorul de branșament al condominiului
- operatorul nu are atribuții în aval de contorul de branșament



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.6. Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor



### Subtitlul 6 – Contractare în condominii

#### 3. Contract individual cu distribuție pe verticală sau contract individual cu distribuție pe orizontală (art. 31 din Legea 241/2006 republicată)

- achiziționarea și montarea contoarelor de apă la nivel de unitate imobiliară cade în sarcina proprietarilor de spații cu destinația de locuință sau spații cu altă destinație decât cea de locuință, cu avizul operatorului
- operatorul citește contoarele de apă și emite facturi la nivel de unitate imobiliară. Diferența între consumul înregistrat de contorul de branșament al condominiului și suma consumurilor individuale este repartizată de operator în mod egal pe fiecare unitate imobiliară
- operatorul nu are atribuții de natură tehnică (întreținere, reparații, înlocuiri, etc.) pe instalația interioară, după contorul de branșament al imobilului



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.6. Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor



### Subtitlul 7 – Sancțiuni aplicate în cazul întârzierii la plată

#### **Termen de plată (art. 31 alineat 15 din Legea 241/2006 republicată)**

Utilizatorul este obligat să achite facturile reprezentând contravaloarea serviciului de care au beneficiat, în termenul de scadență de 15 zile de la data emiterii facturilor; data emiterii facturii și termenul de scadență se înscriu pe factură.

#### **Întârziere la plată (art. 31 alineat 16 din Legea 241/2006 republicată)**

Neachitarea facturii în termen de 30 zile de la data scadenței atrage după sine penalități de întârziere, după cum urmează:

- a) penalitățile sunt egale cu nivelul dobânzii datorate pentru neplata la termen a obligațiilor bugetare, stabilite conform reglementărilor legale în vigoare;
- b) penalitățile se datorează începând cu prima zi după data scadenței;
- c) valoarea totală a penalităților nu poate depăși cuantumul debitului și se constituie venit al operatorului



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra







## 3.6. Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor



### **Subtitlul 8 – Sancțiuni aplicate în cazul neplății (art. 32 din Legea 241/2006 republicată)**

- Operatorul are dreptul să sisteze furnizarea/prestarea serviciului acelor utilizatori care nu își achită contravaloarea serviciilor furnizate/prestate în cel mult 30 de zile calendaristice de la data expirării termenului de plată a facturilor, prin debransarea de la rețelele publice de distribuție a apei ori de la rețelele publice de canalizare și să solicite recuperarea debitelor în instanță
  - Măsura debransării de la rețeaua publică se poate lua numai în urma unei notificări prealabile adresate utilizatorului restant și se poate pune în aplicare după 5 zile lucrătoare de la data primirii acesteia
  - Reluarea furnizării/prestării serviciului de alimentare cu apă și de canalizare se va face în termen de maximum 5 zile lucrătoare de la efectuarea plății; cheltuielile justificate aferente sistării, respectiv reluării furnizării/prestării serviciului, se suportă de utilizator



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## 3.6. Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor



### Subtitlul 9 – Preluare ape pluviale

– Serviciul de canalizare ape pluviale se facturează la utilizatorii agenți economici și instituții publice conform Hotărârii ARSACIS nr. 13/05.11.2010

- Cantitatea de apă pluvială preluată la canalizare lunar se calculează cu relația:

$$Q_m = (SC \times 0.85 + SN \times 0.05) \times k.$$

unde:

$Q_m$  = cantitatea de apă pluvială.

SC = suprafața construită.

SN = suprafața neconstruită.

k = cantitatea specifică de apă pluvială comunicată lunar de Autoritatea Națională de Meteorologie, pentru luna anterioară emiterii facturii, de la stațiile meteorologice Iași și Cotnari și postul pluviometric Pașcani

- Contravaloarea serviciului de canalizare a apelor pluviale se evidențiază distinct în factura emisă pentru consumul de apă/canal



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





### 3.6. Cuantificarea Consumurilor, Facturarea Serviciilor

#### Subtitlul 10 – Raport de activitate

Volume facturate ape pluviale ianuarie – decembrie 2017

LUNA	IANUARIE	FEBRUARIE	MARTIE	APRILIE	MAI	IUNIE	IULIE	AUGUST	SEPTEMBRIE	OCTOMBRIE	NOIEMBRIE	DECEMBRIE
mc	103.800	142.394	175.461	405.129	679.756	550.244	372.504	365.484	291.095	130.983	338.620	193.994

#### Raport de activitate ianuarie - decembrie 2017

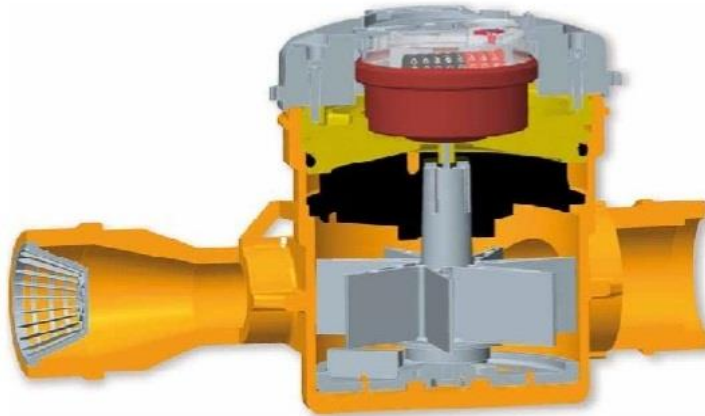
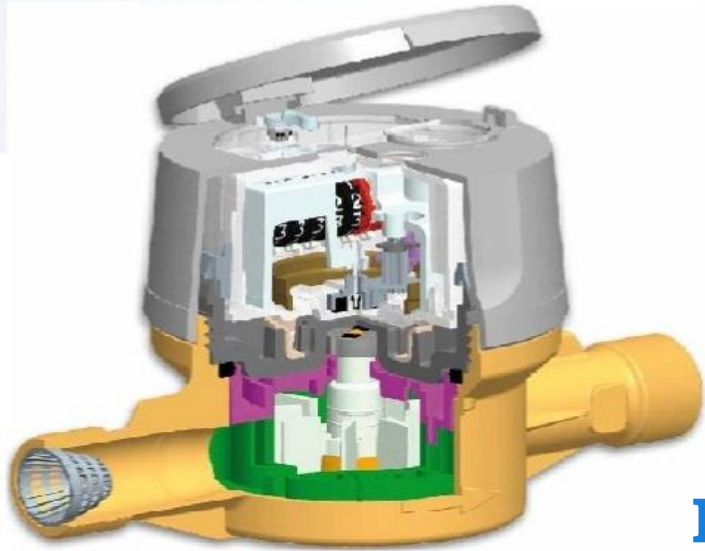
Raport - Sectoare Comerciale 01.01.2017 - 31.12.2017

Nr. Crt.	Serviciu	Producția fizică facturată (mc.)	Producția valorică facturată (lei)	Producția valorică încasată (lei)	Încasat / facturat (%)	Contracte active gestionate	Contracte noi în 2017	Locuri de consum	Grad contorizare (%)	Facturi emise	Adrese intrate	Adrese ieșite
1	SERVICIUL COMERCIAL ZMI	21.829.487	135.298.464	128.294.756	94,82%	33.986	2.892	37.210	99,99%	204.659	1.258	1.258
2	SERVICIUL COMERCIAL ZJI	6.042.850	29.538.749	28.888.617	97,79%	46.012	4.107	46.715	99,87%	241.841	1.013	1.013
	<b>Total</b>	<b>27.872.337</b>	<b>164.837.213</b>	<b>157.183.372</b>	<b>95,35%</b>	<b>79.998</b>	<b>6.999</b>	<b>83.925</b>	<b>99,93%</b>	<b>446.500</b>	<b>2.271</b>	<b>2.271</b>



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





# ATELIERUL GESTIUNE CONTOARE DIN CADRUL S.C. APAVITAL S.A. IAȘI



WITH FUNDING FROM  
**AUSTRIAN  
DEVELOPMENT  
COOPERATION**



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra



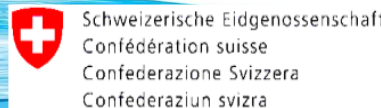
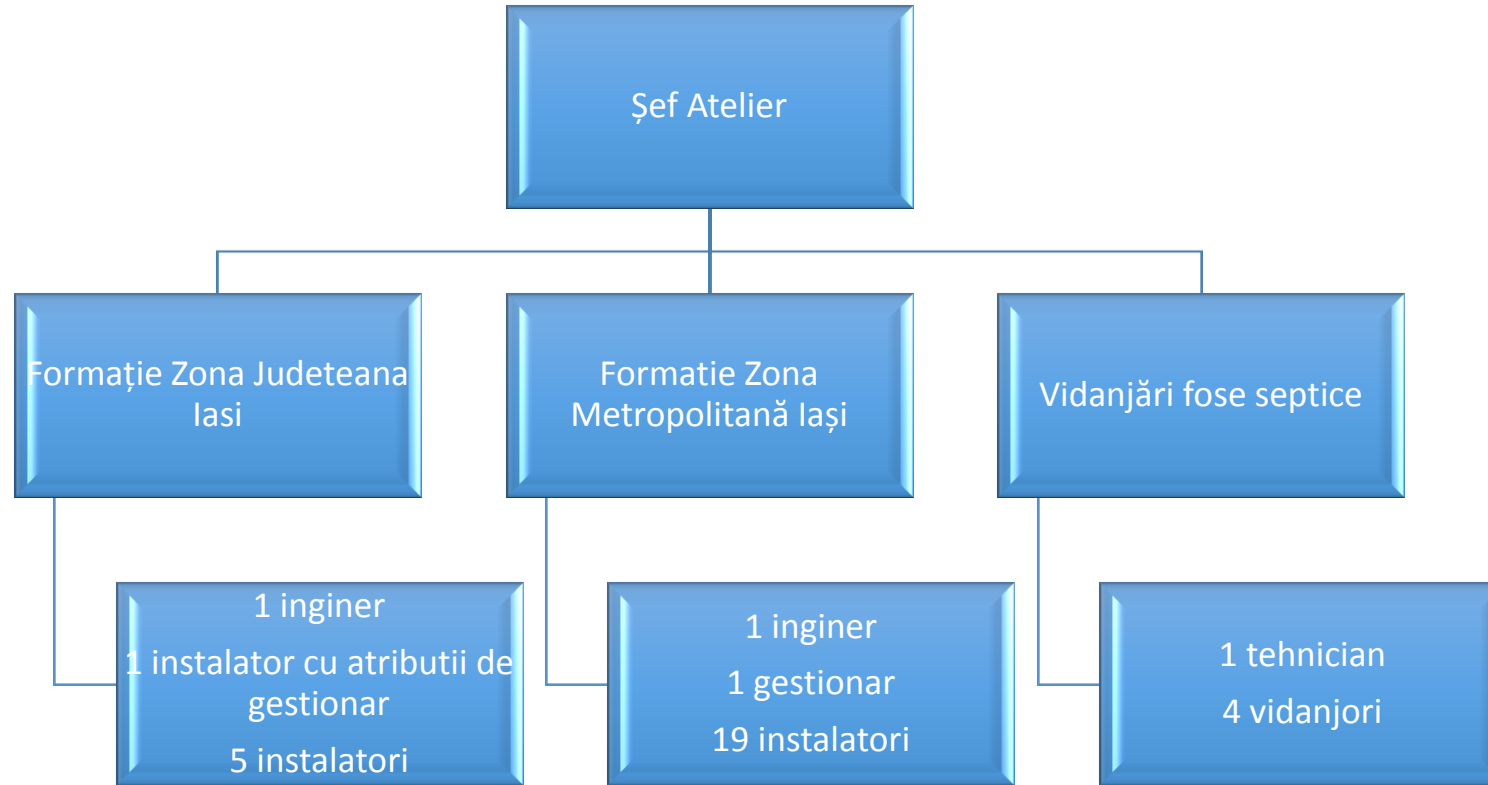
**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Proiectul SDC-ADA "Consolidarea cadrului instituțional în  
sectorul alimentării cu apă și sanitație din Republica Moldova"

IAȘI – Mai 2018



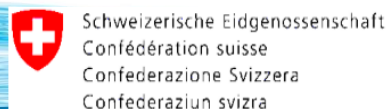
# Organigrama Atelierului Gestione Contoare





## Atribuții:

- *Gestiunea parcului de contoare al societății;*
- *Înlocuirea, repararea și reglajul contoarelor de apă, conform specificațiilor metrologice;*
- *Elaborarea și urmărirea graficului de înlocuire și verificare metrologică a contoarelor în concordanță cu prevederile legale privind durata de valabilitate metrologică a acestora;*
- *Asigurarea gestiunii sigiliilor aplicate contoarelor;*
- *Pregătirea contoarelor (curățare, recalibrare piese, reglare) în vederea verificării metrologice în cadrul Laboratorului Metrologic propriu;*
- *Înlocuirea contoarelor de apă ce au fost semnalate cu deficiențe în funcționare (mecanism blocat, ilizibile, distruse etc);*





## Atribuții:

- *Întocmirea situațiilor de lucrări ocazionate de evenimente neprevăzute cum sunt: ruperea voluntară/ accidentală a sigiliilor, modificări ale branșamentelor de apă solicitate de utilizatori (redimensionări, montaje contoare pe by-pass etc.), deteriorări ale mijloacelor de măsurare aflate în decontare cu utilizatorii imputabile acestora și în oricare alte cazuri similar inclusiv urmărirea și încasarea contravalorii facturilor emise, până la expirarea termenului scadent prevăzut de legislația în vigoare.*
- *Identificarea contoarelor susceptibile de a indica valori eronate și transmiterea acestora către Laboratorul Metrologic cu scopul verificării metrologice sau programarea redimensionării și înlocuirii acestora;*
- *Îndeplinirea indicatorilor de performanță stabiliți de către managementul de nivel superior al societății.*



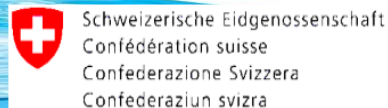
Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## Atribuții:

- *Cercetarea pieței în vederea identificării unor noi tipuri de contoare cu performanțe superioare celor utilizate de către societate, pre- echipate pentru citirea de la distanță;*
- *Montarea de dispozitive de citire de la distanță a contoarelor și asigurarea mentenanței acestora;*
- *Redimensionarea și înlocuirea contoarelor existente, în vederea optimizării raportului dintre dimensiunea contoarelor și consumurile efective ale utilizatorilor, cu scopul diminuării pierderilor comerciale;*
- *Derularea unei activități cu caracter permanent privind montarea unor contoare de clasă superioară de precizie;*

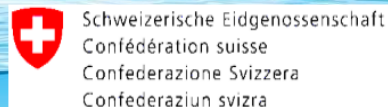






## Atribuții:

- *Participarea la elaborarea și implementarea Programului de reducere a pierderilor;*
- *Verificarea respectării condițiilor de montaj a contoarelor de apă din aprobările de model emise de B.R.M.L., în cazul lucrărilor efectuate de personalul din subordine;*
- *Informarea utilizatorilor cu privire la datele și perioadele operațiunilor de suspendare temporară a furnizării serviciilor, la schimbarea contoarelor conform dispozițiilor legale în vigoare.*
- *Onorarea tuturor comenzilor primite de la clienții noștri de vidanjanare fose septice, decolmatare/spalare rețele canalizare.*





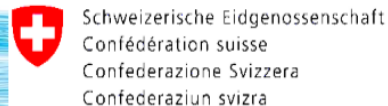
## Mediul de lucru

**Aria de deservire:** localități din județele Iași, Neamț.

- *Contoare de branșament: ~86000*
- *Module radio pentru citirea contoarelor de la distanță: ~6000 buc.*

### Componentă utilizatori:

- *Utilizatori individuali - proprietari case*
- *Asociații de locatari/propietari*
- *Agenți economici, instituții publice*
- *Puncte termice, centrale termice și module termice*

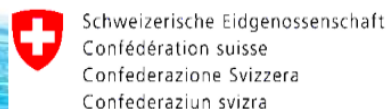




## *Tipuri de contoare utilizate*

***Contoare, pe diametre:***

- d.n. 15 ÷ 40 mm, sunt în proporție de 85%, clasă C de precizie*
- d.n. ≥ 50 mm, sunt 60% clasa B și 40% clasă C.*





## Caracteristici contor d.n. 15 - 32mm Flodis – clasa C de precizie

Denumire	FLODIS			
Tip	monojet, totalizator extrauscat, totalizator TVM			
Producător	ITRON			
Clasa de precizie	C (conform rației R de mai jos), ORIZONTAL			
Diametru, mm	15	20	25	32
Debit minim, Q1, mc/h	0,0156	0,0250	0,0393	0,0625
Debit tranziție, Q2, mc/h	0,0249	0,0400	0,0628	0,100
Q2/Q1	1,6			
Debit nominal, Q3, mc/h	2,5	4,0	6,3	10,0
Debit maxim, Q4, mc/h	3,125	5,000	7,875	12,500
R (Q3/Q1)	160	160	160	160
Debitul de pornire, Qstart, l/h	5	6	10	12
Aprobare de model	LNE 19130	LNE 19864	LNE 14887	
Condiții instalare	Orizontal ± 15, nu necesită tronsoane de liniștire			



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## Caracteristici contor d.n. 40 - 150mm Flostar – clasa C de precizie

Denumire	FLOSTAR M					
Tip	monojet, totalizator extrauscat, totalizator TVM, IP 68					
Producător	ITRON					
Clasa de precizie	C (conform rației R de mai jos), ORIZONTAL					
Diametru, mm	40	50	65	80	100	150
Debit minim, Q1, mc/h	0,100	0,100	0,127	0,158	0,250	0,400
Debit tranziție, Q2, mc/h						
Q2/Q1	1,6					
Debit nominal, Q3, mc/h	16,0	25,0	40,0	63,0	100,0	160,0
Debit maxim, Q4, mc/h	20,00	31,25	50,00	78,75	125,00	200,00
R (Q3/Q1)	160	250	315	400	400	400
Debitul de pornire, Qstart, l/h	22	32	35	50	70	90
Aprobare de model	M.I.D., LNE 11437					M.I.D., LNE 7305
Condiții instalare	Orizontal ± 15, nu necesită tronsoane de liniștire					



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## Caracteristici contor d.n. 50 - 150mm Woltex – clasa B de precizie

Denumire	WOLTEX WEG				
Tip	Woltmann, totalizator extrauscat, totalizator TVM, IP 68				
Producător	ITRON				
Clasa de precizie	B, orice poziție de montaj				
Diametru, mm	50	65	80	100	150
Debit minim, Q <sub>min</sub> , mc/h	0,45	0,75	1,20	1,80	4,50
Debit tranziție, Q <sub>t</sub> , mc/h	3	5	8	12	30
Debit nominal, Q <sub>n</sub> , mc/h	25	40	60	100	250
Debit maxim, Q <sub>max.</sub> , mc/h	50	80	120	200	500
Debitul de pornire, Q <sub>start</sub> , mc/h	0,19	0,22	0,3	0,38	1
Aprobare de model	C.E.E., LNE 19281				
Condiții instalare	Clasa B de precizie indiferent de poziția de montaj; se recomandă montarea în amonte de contor a unui filtru de impurități				



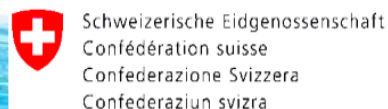
Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra





## Condițiile de instalare a contoarelor

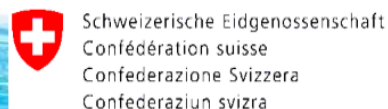
- *În faza de execuție a branșamentelor, contoarele sunt instalate de către secția specializată din cadrul S.C. Apavital, respectiv Secția Lucrări Tehnico- Edilitare.*
- *Montarea contoarelor se face cu respectarea condițiilor din aprobările de model emise de BRML.*
- *Costurile generate de avizare, proiectare și execuție a lucrărilor sunt suportate integral de către utilizator.*





## *Lucrările de asigurare a mentenanței contoarelor*

- Înlocuirea contoarelor, redimensionările, reglajele și reparațiile acestora, precum și mentenanța modulelor radio se face de către cei 26 de salariați cu funcții de execuție din cadrul Atelierului Gestiune Contoare.*
- Intervalul dintre două verificări metrologice este de 7 ani conform reglementărilor BRML; verificările sunt efectuate în laboratorul propriu al S.C. Apavital S.A..*

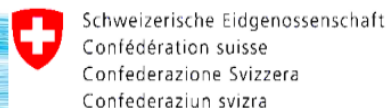






## Sanctiuni în cazul distrugerii contorului sau a ruperii sigiliului:

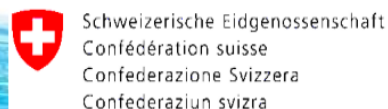
- În cazul distrugerii accidentale (îngheț, șoc mecanic, încălzire cu flacără etc.), utilizatorul trebuie să-și procure același tip de contor și să achite situația de lucrări aferentă deplasării echipei pentru înlocuirea contorului distrus.
- În cazul în care deteriorarea contorului se produce voluntar, prin intervenții asupra mecanismului de înregistrare, se consideră că utilizatorul a fraudat contorul; acesta va plăti un consum clandestin + contravaloarea contorului și costurile aferente resigilării.





## Măsuri pentru diminuarea pierderilor de apă

- *Redimensionarea și înlocuirea contoarelor existente, în vederea optimizării raportului dintre dimensiunea contoarelor și consumurile efective ale utilizatorilor, cu scopul diminuării pierderilor comerciale.*
- *Derularea unei activități cu caracter permanent privind montarea unor contoare de clasă superioară de precizie.*





# Vă mulțumim!

[www.apavital.ro](http://www.apavital.ro)  
[contact@apavital.ro](mailto:contact@apavital.ro)

