

लॉकडाऊनच्या काळात एईएमएलचे ग्राहक बनले टेक-सॅव्ही

५.५ लाख ग्राहकांनी एईएमएलच्या अनेक डिजिटल प्लॅटफॉर्म्सचा वापर केला

■ मुंबई

लॉकडाऊनच्या काळामध्ये अदाणी इलेक्ट्रिसिटी मुंबई लिमिटेड (एईएमएल)च्या ग्राहकांना प्रत्यक्ष कन्झ्युमर केअर सेंटर्समध्ये जाणे शक्य नसल्याने चौकशी आणि तक्रारनिवारणासाठी हे ग्राहक डिजिटल पद्धतीकडे वळल्याचे दिसून आले. एईएमएलच्या सुमारे ५.५ लाख ग्राहकांनी एईएमएलच्या चॅटबॉट, वेबसाइट, ट्विटर व इतर सोशल मीडिया हॅडल्ससारख्या विविध डिजिटल प्लॅटफॉर्म्सचा वापर करून कंपनीशी संपर्क साधला. सोशल डिस्टन्सिंगच्या नियमांमुळे तंत्रज्ञानाच्या वापरामध्ये झालेल्या परिवर्तनामुळे विविध डिजिटल चॅनेल्समार्गे एईएमएलपर्यंत पोहोचण्यासाठी ग्राहक प्रोत्साहित झाल्याचे दिसले. या ५.५ लाख ग्राहकांपैकी एकूण ३.७ लाख ग्राहकांनी यावर्षी एईएमएल वेबसाइटद्वारे संपर्क साधला. गेल्या वर्षी अशा ग्राहकांची संख्या अवघी ८०,००० इतकी होती. १.५ लाख ग्राहकांनी कंपनीच्या चॅटबॉट इलेक्ट्रा सेवेचा वापर

केला. गेल्या वर्षीच्या तुलनेत हा आकडा १० पट मोठा आहे. २०१९ मध्ये केवळ ९२१५ ग्राहकांनी चॅटबॉट सेवेचा वापर केला होता. यावर्षी २८,१९६ ग्राहकांनी ट्विटरद्वारे कंपनीशी संपर्क साधला तर १९३३ जणांनी फेसबुकद्वारे एईएमएलच्या सेवा प्राप्त केल्या. २०१८ मध्ये केवळ १८ ग्राहकांनी फेसबुकच्या माध्यमातून कंपनीशी संपर्क साधला होता, तर ७९८३ ग्राहकांनी ट्विटरचा वापर केला होता.

एईएमएलचे डिजिटल प्लॅटफॉर्म्स वापरणाऱ्या ५.५ लाख ग्राहकांव्यतिरिक्त आणखी १.१ लाख ग्राहकांनी कंपनीने अलिकडेच आपल्या ग्राहकांसाठी सुरू केलेल्या व्हॉट्सअॅप सेवेचा वापर केला. डिजिटल सेवेच्या वापरामध्ये ४०० टक्के वाढ झाल्याने अदानी इलेक्ट्रिसिटीला आढळून आले. २०१९ मध्ये कंपनीच्या या ५.५ लाख ग्राहकांपैकी केवळ १ लाख ग्राहकांनी डिजिटल प्लॅटफॉर्म्सचा वापर केला होता. हे प्रमाण यावर्षी अनेक पटींनी वाढले.