

Акционерное общество  
АО «Чувашская энергосбытовая компания»  
(«ЧЭСК»)

**Стандарт обслуживания клиентов**  
Требования к организации и осуществлению процесса  
и техническим средствам

УТВЕРЖДЕНО

Решением Совета директоров  
АО «Чувашская энергосбытовая  
компания»

Протокол № 119 от 28.09.2016

г. Чебоксары

2016

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	3
<i>Раздел 1.1. Область применения.....</i>	3
<i>Раздел 1.2. Нормативные ссылки .....</i>	3
<i>Раздел 1.3. Рабочие определения терминов, применяемых в Стандарте.....</i>	5
<i>Раздел 1.4. Цели и задачи .....</i>	7
<i>Раздел 1.5. Подтверждение соответствия международным стандартам качества обслуживания клиентов .....</i>	9
<i>Раздел 1.6. Порядок внесения изменений в Стандарт .....</i>	9
Глава 2. ТРЕБОВАНИЯ КО ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ С КЛИЕНТАМИ .....	10
<i>Раздел 2.1. Принципы взаимодействия с клиентами.....</i>	10
<i>Раздел 2.2. Организационно-нормативное обеспечение.....</i>	11
<i>Раздел 2.3. Основные критерии и параметры взаимодействия с клиентами .....</i>	12
<i>Раздел 2.4. Этикет общения с клиентами .....</i>	15
<i>Раздел 2.5. Этикет деловой переписки .....</i>	18
Глава 3. ОРГАНИЗАЦИЯ ОЧНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ .....	20
<i>Раздел 3.1. Инфраструктура очного обслуживания .....</i>	20
<i>Раздел 3.2. Требования к помещениям клиентских офисов.....</i>	20
<i>Раздел 3.3. Организация приёма клиентов.....</i>	25
Глава 4. ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАОЧНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ .....	29
<i>Раздел 4.1. Инфраструктура заочного обслуживания .....</i>	29
<i>Раздел 4.2. Организация обслуживания клиентов по телефону .....</i>	30
<i>Раздел 4.3. Организация обработки письменных обращений .....</i>	31
Глава 5. ОРГАНИЗАЦИЯ ИНТЕРАКТИВНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ .....	33
<i>Раздел 5.1. Инфраструктура интерактивного обслуживания.....</i>	33
<i>Раздел 5.2. Организация обработки интерактивных обращений.....</i>	35
Глава 6. СПЕЦИФИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ .....	38
<i>Раздел 6.1. Требования ко взаимодействию с клиентами при осуществлении энергосбытовой деятельности .....</i>	38
Глава 7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ .....	39
<i>Раздел 7.1. Организация информационного взаимодействия .....</i>	39
<i>Раздел 7.2. Порядок размещения справочной информации на стендах.....</i>	41
Глава 8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ .....	44
Глава 9. МОНИТОРИНГ УДОВЛЕТВОРЁННОСТИ КЛИЕНТОВ КАЧЕСТВОМ ОБСЛУЖИВАНИЯ .....	45

## **Глава 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **Раздел 1.1. Область применения**

1.1.1. Настоящий Стандарт обслуживания клиентов (далее – Стандарт) является нормативным документом АО «Чувашская энергосбытовая компания») (далее – Общество), устанавливающим базовые требования к обслуживанию клиентов, включая очное и заочное обслуживание, и определяет правила работы с потребителями при осуществлении энергосбытовой деятельности.

1.1.2. Стандарт предназначен для исполнения персоналом всех структурных подразделений Общества и подрядных организаций, обслуживающих клиентов Общества.

1.1.3. Действие Стандарта распространяется на взаимоотношения с клиентами: частными (физическими), корпоративными (юридическими) лицами, в т.ч. физическими лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, индивидуальными предпринимателями, исполнителями коммунальных услуг из числа товариществ собственников жилья, жилищно-строительных, жилищных или иных специализированных потребительских кооперативов либо управляющих организаций. Стандарт не регламентирует взаимодействие Общества с потребителями на оптовом рынке электроэнергии (мощности).

1.1.4. В целях обеспечения требований настоящего Стандарта действия персонала регламентируются организационно-распорядительными документами Общества (регламентами, порядками, положениями о структурных подразделениях, должностными инструкциями и пр.), действующими на момент исполнения Стандарта.

1.1.5. Стандарт доводится до сведения клиентов и других заинтересованных лиц путём публикации на сайте Общества, размещения в местах очного обслуживания и другими способами, обеспечивающими доступность документа.

### **Раздел 1.2. Нормативные ссылки**

1.2.1. В Стандарте учтены требования следующих нормативно-правовых актов, и использованы нормативные ссылки на следующие стандарты:

- ✓ Гражданский кодекс Российской Федерации;
- ✓ Закон Российской Федерации от 26.03.2003 № 35-ФЗ «Об электроэнергетике» (с последующими изменениями);
- ✓ Закон Российской Федерации от 02.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» (с последующими изменениями);
- ✓ Закон Российской Федерации от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании» (с последующими изменениями);
- ✓ Закон Российской Федерации от 27.06.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» (с последующими изменениями);

- ✓ Постановление Правительства Российской Федерации от 22.07.2013 № 614 «О порядке установления и применения социальной нормы потребления электрической энергии (мощности) и о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации по вопросам установления и применения социальной нормы потребления электрической энергии (мощности);
- ✓ Постановление Правительства Российской Федерации от 06.05.2011 № 354 «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов» (с последующими изменениями);
- ✓ Постановление Правительства Российской Федерации от 04.05.2012 № 442 «О функционировании розничных рынков электрической энергии, полном и (или) частичном ограничении режима потребления электрической энергии» (с последующими изменениями);
- ✓ Постановление Правительства РФ от 27.12.2004 N 861 «Об утверждении Правил недискриминационного доступа к услугам по передаче электрической энергии и оказания этих услуг, Правил недискриминационного доступа к услугам по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике и оказания этих услуг, Правил недискриминационного доступа к услугам администратора торговой системы оптового рынка и оказания этих услуг и Правил технологического присоединения энергопринимающих устройств потребителей электрической энергии, объектов по производству электрической энергии, а также объектов электросетевого хозяйства, принадлежащих сетевым организациям и иным лицам, к электрическим сетям» (с последующими изменениями);
- ✓ Постановление Правительства Российской Федерации от 21.03.2007 № 168 «О внесении изменений в некоторые Постановления Правительства Российской Федерации по вопросам электроэнергетики»;
- ✓ ГОСТ 32144-2013. Нормы качества электрической энергии в системах электроснабжения общего назначения от 01.07.2014;
- ✓ ГОСТ Р ИСО 9000-2008. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь;
- ✓ ГОСТ Р ИСО 9001-2008. Системы менеджмента качества. Требования. Межгосударственный стандарт ГОСТ 30335-95 / ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения» (введён в действие постановлением Госстандарта РФ от 12.03.1996 № 164);
- ✓ ГОСТ Р 53368-2009. Обслуживание потребителей электрической и тепловой энергии;
- ✓ Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 52113-2003. «Услуги населению. Номенклатура показателей качества» (утв. постановлением Госстандарта Российской Федерации от 28.07.2003 № 253-ст);
- ✓ Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы СанПиН 2.1.2.1188-03; СанПиН 2.2.4.548-96.

## **Раздел 1.3. Рабочие определения терминов, применяемых в Стандарте**

1.3.1. Применительно к настоящему Стандарту используются следующие термины и определения:

**Общество** – АО «Чувашская энергосбытовая компания», дочерняя энергосбытовая компания ПАО «РусГидро», гарантирующий поставщик электрической энергии – коммерческая организация, обязанная в соответствии с Федеральным законом или добровольно принятыми обязательствами заключить договор энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности)) с любым обратившимся к нему потребителем либо с лицом, действующим от имени и в интересах потребителя и желающим приобрести электрическую энергию.

**Автоинформатор** – техническая система автоматического оповещения большого числа клиентов в целях доведения до них типовой информации по телефону, смс или электронной почте.

**Бэк-офис** – подразделения/функциональные блоки Общества, на которые возложены задачи, непосредственно не связанные с личным обслуживанием клиентов, включающие в себя: рассмотрение и обработку обращений клиентов, поступающих через фронт-офис, оформление договоров энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности)) и приложений к ним, организация исполнения заявок и пр.

**Виртуальная приёмная** – интерактивная приёмная для клиентов на веб-сайте Общества. Может быть создана в форме Интернет-портала, то есть совокупности веб-страниц с повторяющимся дизайном, объединённых по смыслу, навигационно и физически находящихся на одном веб-сервере.

**Время обслуживания** – период времени, в течение которого клиент взаимодействует с сотрудником Общества.

**Декларация прав клиента** – официальный документ АО «Чувашская энергосбытовая компания», разработанный в целях быстрого и удобного ознакомления клиентов с основными положениями настоящего Стандарта и информирования клиентов о том, какие услуги и в каких случаях должны быть оказаны потребителю электроэнергии.

**Жалоба** – направленное клиентом в адрес Общества или должностного лица Общества письменное или устное заявление о нарушении прав или охраняемых законом интересов клиента; претензия о предоставлении услуги ненадлежащего качества и соответствующем уменьшении её стоимости и т.п.

**Заочное обслуживание** – обслуживание клиентов без личного контакта с сотрудниками Энергосбытовой организации, в том числе посредством телефона, SMS-сообщений, почты или сети Интернет.

**Интерактивное обслуживание** – форма заочного обслуживания клиентов с использованием сети Интернет.

**Клиент** – юридическое или физическое лицо, а также индивидуальный предприниматель, простое товарищество, владеющие на праве собственности или ином законном основании энергопринимающими устройствами, организация-исполнитель коммунальных услуг, приобретающая электрическую энергию для предоставления коммунальных услуг, заключившие в установленном порядке договор энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности)), договор управления многоквартирным домом, договор водоснабжения и водоотведения и/или на оказание иных услуг или обратившиеся в Общество для заключения договора.

**Клиентский зал** – зона в клиентском офисе, в которой непосредственно осуществляется обслуживание потребителей услуг. Состоит из зала ожидания (мест ожидания) и зоны приема и обслуживания клиентов.

**Клиентский офис (КО)** – подразделение/функциональный блок Общества, осуществляющий очное обслуживание клиентов.

**Контактный центр** – совокупность оборудования, программного обеспечения, работников и процессов, обеспечивающих обслуживание клиентов по телефону.

**Контроль качества услуги (обслуживания)** – совокупность операций, включающая проведение измерений, испытаний, оценки одной или нескольких характеристик услуги (обслуживания) и сравнения полученных результатов с установленными требованиями.

**Корпоративный клиент** – клиент - юридическое лицо, в т.ч. индивидуальный предприниматель, исполнитель коммунальных услуг из числа товариществ собственников жилья, жилищно-строительных, жилищных или иных специализированных потребительских кооперативов либо управляющих организаций

**Личный кабинет клиента** – интернет-сервис, обеспечивающий клиенту защищённый удалённый доступ к оперативным данным о состоянии его лицевого счёта, включая возможность передачи показаний приборов учёта и онлайн-оплаты за потреблённую электроэнергию и иные виды услуг, оказываемых Обществом (далее - ЛКК).

**Обращение** – направленное клиентом в адрес компании или должностного лица компании письменное или устное заявление, предложение или жалоба. Обращение может представлять запрос о предоставлении информации и т.п.

**Одно окно** – организация процесса обслуживания клиентов таким образом, чтобы клиент смог получить желаемый результат по комплексу услуг без перенаправления его к должностным лицам Общества.

**Одно обращение** – организация процесса обслуживания клиентов таким образом, когда большинство проблем клиентов решаются за один контакт с Обществом (очный или заочный).

**Очное обслуживание** – обслуживание клиентов посредством личного контакта с сотрудниками Общества.

**Система обслуживания клиентов** – совокупность взаимосвязанных процессов, трудовых и информационных ресурсов, которые направлены на обеспечение предоставления клиентам услуг надлежащего качества.

**Система управления взаимоотношениями с клиентом** (СУВК, англ.: Customer Relationship Management, CRM) – часть системы управления компанией, которая обеспечивает анализ бизнес-процессов с точки зрения интересов клиентов и позволяет создать в компании общую для всех структурных подразделений платформу по взаимодействию с клиентами. СУВК включает в себя такие подсистемы, как изучение потребностей и ожиданий, управление контактами с клиентами и др.

**Услуга** – результат непосредственного взаимодействия сотрудника Общества клиента, а также собственной деятельности Общества по удовлетворению потребности клиента.

**Фронт-офис** – подразделения/функциональные блоки Общества, осуществляющие непосредственный контакт с клиентами в очной (отделение/участок/клиентский офис) или заочной (Контактный центр) форме.

**Частный клиент** – клиент-физическое лицо.

**Электронная очередь** – система управления очередью, позволяющая упорядочить процесс обслуживания клиентов. В результате распределения и оптимизации потока клиентов электронная очередь сокращает время ожидания в очереди, повышает эффективность работы фронт-офисов.

**Этикет** – совокупность норм и правил, отражающих представления о должном поведении и формализующих процесс коммуникации людей в обществе.

## ***Раздел 1.4. Цели и задачи***

1.4.1. Целью данного Стандарта является установление норм и правил взаимодействия с клиентами, единых требований к качеству обслуживания, оптимизация и формализация процедур взаимодействия структурных подразделений Общества и клиента.

1.4.2. Стандарт определяет и регламентирует требования к следующим процедурам взаимодействия:

- ✓ заключение и ведение договоров энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)), договоров управления многоквартирным домом, договоров водоснабжения и водоотведения и иных договоров, по которым Общество оказывает услуги клиентам, текущее обслуживание;
- ✓ обеспечение информированности клиентов;
- ✓ реагирование на жалобы и обращения, обеспечение обратной связи;
- ✓ анализ потребностей и ожиданий клиентов посредством обработки обращений клиентов;

- ✓ оценка степени удовлетворённости клиентов качеством услуг энергоснабжения и качеством обслуживания;
- ✓ осуществление мониторинга и контроля над обслуживанием клиентов, в том числе за исполнением решений, принятых по жалобам и обращениям клиентов.

1.4.3. Стандарт определяет и регламентирует основные направления повышения удовлетворенности клиентов качеством услуг энергоснабжения и качеством обслуживания:

- ✓ упрощение процедуры взаимодействия клиента и Общества;
- ✓ экономия времени и усилий клиента, необходимых для решения его вопросов;
- ✓ оптимизация затрат клиента и Общества;
- ✓ создание комфортных условий для клиента и доброжелательного отношения к нему.



## ***Раздел 1.5. Подтверждение соответствия международным стандартам качества обслуживания клиентов***

1.5.1. Подтверждение соответствия требованиям Стандарта осуществляется в форме добровольной сертификации:

- ✓ удостоверения качества работ и услуг, а также подтверждения соответствия условиям договоров;
- ✓ совершенствования управления взаимоотношениями с клиентами;
- ✓ повышения конкурентоспособности Общества на рынке.

1.5.2. Порядок подтверждения соответствия устанавливается отдельным организационно-распорядительным документом.

## ***Раздел 1.6. Порядок внесения изменений в Стандарт***

1.6.1. Стандарт утверждается решением Совета директоров Общества.

1.6.2. Все изменения и дополнения в Стандарт и его приложения утверждаются решением Совета директоров Общества.

## **Глава 2. ТРЕБОВАНИЯ КО ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ С КЛИЕНТАМИ**

### **Раздел 2.1. Принципы взаимодействия с клиентами**

2.1.1. Основными принципами взаимодействия Общества с клиентами являются надёжность и бесперебойность энергоснабжения и доступность обслуживания, под которой понимается:

- ✓ **Территориальная доступность.** Клиентам гарантируется качественное обслуживание и оперативное рассмотрение обращений независимо от удалённости места проживания.
- ✓ **Организационная доступность.** Правила пользования услугами Общества должны быть прозрачны и исполнимы.
- ✓ **Информационная доступность.** Полная и достоверная информация обо всех процедурах взаимодействия с Обществом носит публичный характер и предоставляется в доступной форме.

2.1.2. Обслуживание клиентов организовано по принципам «Одного окна» и «Одного обращения».

2.1.3. Клиентам обеспечивается объективное и непредвзятое рассмотрение обращений и жалоб в установленные сроки, а также возможность обжалования решений, принятых на уровне Общества, в надведомственных организациях.

2.1.4. Рассмотрение обращений и жалоб основывается на принципе добросовестности клиента, если не установлено обратное. При рассмотрении обращений физических лиц, представляющих социально уязвимые категории населения, а также предпринимателей без образования юридического лица и малого бизнеса учитывается, что у данных групп клиентов могут отсутствовать достаточные юридические и технические знания по вопросам энергоснабжения.

2.1.5. Клиентам обеспечивается защита персональных данных в соответствии с законодательством Российской Федерации.

2.1.6. Обслуживание клиентов основано на принципе «обратной связи» и предполагает соответствующие изменения в деятельности Общества в ответ на потребности и ожидания клиентов.

2.1.7. Чтобы обеспечить реализацию права инвалидов и других социально уязвимых групп населения на пользование услугами Общества, их обслуживание, включая приём документов, организуется в доступной для клиентов форме.

## **Раздел 2.2. Организационно-нормативное обеспечение**

2.2.1. Система обслуживания клиентов в Обществе реализуется таким образом, чтобы обеспечить оптимальный баланс качества и затрат, понесённых Обществом на обслуживание и удовлетворение требований клиентов в соответствии с законодательством Российской Федерации и условиями договора.

2.2.2. Общие вопросы организации системы управления взаимодействием с клиентами, соответствующие полномочия Совета директоров, Правления и других исполнительных органов компании определяются в соответствии с Уставом, прочими нормативными документами и клиентоориентированной политикой Общества.

2.2.3. Общество предоставляет клиентам возможность свободного выбора любого из трёх типов каналов информационного взаимодействия (очного, заочного и интерактивного) в зависимости от индивидуальных возможностей и предпочтений клиента.

2.2.4. Независимо от канала информационного взаимодействия с клиентами используется единое программное обеспечение с возможностью доступа к единой информационной базе.

2.2.5. Для обеспечения территориальной доступности и обслуживания клиентов в Обществе созданы структурные подразделения (в т.ч. отделения, участки), на которые возложены следующие функции:

- ✓ организация клиентского обслуживания с учётом положений Стандарта, договорных обязательств, регламентов и других нормативных актов;
- ✓ приём, обработка и анализ поступивших обращений;
- ✓ изучение потребностей и мониторинг степени удовлетворённости клиентов качеством обслуживания;
- ✓ сбор и предоставление руководству Общества отчётов по взаимодействию с клиентами и предложений по улучшению качества обслуживания.

2.2.6. Каждое из структурных подразделений Общества, деятельность которых затрагивает интересы клиентов, обеспечивает обслуживание клиентов в соответствии со Стандартом, осуществляет взаимодействие с другими подразделениями в рамках своей компетенции, на систематической основе готовит предложения по улучшению обслуживания клиентов и участвует в реализации соответствующего плана мероприятий.

2.2.7. Для создания и поддержания системы централизованного обслуживания клиентов Общество обеспечивает наличие:

- ✓ квалифицированных специалистов, ответственных за взаимодействие с клиентами и организацию клиентского обслуживания;
- ✓ помещений для приёма клиентов;
- ✓ компьютерного оборудования и программного обеспечения для регистрации, обработки обращений клиентов и формирования отчётов;

- ✓ формализованных в соответствующей регламентирующей документации бизнес-процессов взаимодействия компаний с клиентами.

2.2.8. С учётом настоящего Стандарта разрабатываются следующие организационно-распорядительные документы Общества:

- ✓ Регламент заключения, ведения, внесения изменений, расторжения, хранения и контроля выполнения договоров энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности))/Положение о договорной работе (в части заключения договоров энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности)));
- ✓ Регламент оказания услуг, реагирования на обращения и жалобы, а также взаимодействия с органами государственной власти и другими заинтересованными сторонами при очном, заочном и интерактивном обслуживании;
- ✓ Регламент документооборота/инструкция по делопроизводству;
- ✓ Положения о структурных подразделениях по работе с клиентами;
- ✓ Должностные и рабочие инструкции сотрудников;
- ✓ Стандартные формы внутренней статистической отчётности.

### ***Раздел 2.3. Основные критерии и параметры взаимодействия с клиентами***

2.3.1. Эффективный процесс взаимодействия с клиентами характеризуется следующими параметрами:

- ✓ единообразие требований к качеству предоставления услуг, соблюдение установленных сроков по всем процедурам взаимодействия;
- ✓ индивидуальный подход к клиентам, в том числе к инвалидам, ветеранам и социально уязвимым категориям населения;
- ✓ минимизация времени клиента, затраченного на получение услуги, в том числе посредством минимизации очных контактов клиентов и Общества;
- ✓ оперативность реагирования на жалобы и устранения выявленных недостатков в работе с клиентами;
- ✓ полнота, актуальность и достоверность информации;
- ✓ многоканальность предоставления информации;
- ✓ обеспечение права выбора клиентом канала и способа обслуживания.

2.3.2. Ключевыми аспектами оценки качества взаимодействия с клиентами при оказании услуг энергоснабжения являются:

- ✓ обеспечение качества энергоснабжения;
- ✓ обеспечение качества клиентского обслуживания.

2.3.3. Критерии качества клиентского обслуживания могут носить как объективный, так и субъективный характер.

2.3.3.1. К объективным критериям относятся соответствие офиса обслуживания требованиям по территориальной доступности, оформлению клиентского зала, наличию в клиентском зале платёжных терминалов и информационных материалов, дресс-коду сотрудников, нормативам времени обслуживания клиентов и подобные.

Метод оценки объективных критериев – однозначное (не-)соответствие проверяемого объекта критерию.

2.3.3.2. К субъективным критериям относятся удовлетворённость клиента качеством обслуживания, вежливость сотрудников и подобные.

Метод оценки субъективных критериев – обработка статистической информации по отзывам клиентов.

2.3.4. В настоящем Стандарте устанавливаются следующие критерии качества клиентского обслуживания:

2.3.4.1. **Территориальная доступность.**

- ✓ здание, в котором расположен офис обслуживания, по возможности должно находиться вблизи крупных транспортных путей (центральных улиц), не далее 500 м от остановок общественного транспорта,
- ✓ здание, в котором расположен офис обслуживания, находится в крупнейшем населённом пункте на территории обслуживания,
- ✓ парковочные места автотранспортных средств обеспечиваются по возможности, исходя из территории, прилегающей к офису обслуживания,
- ✓ вход в здание, в котором расположен офис обслуживания, по возможности должен быть оборудован пандусом или иным приспособлением для обеспечения доступа в офис лиц с ограниченными возможностями и клиентов с детскими колясками.

Механизм контроля: аудиторские проверки, контроль на стадии заключения договора аренды/покупки помещения.

При выборе новых помещений для клиентского офиса по возможности следует также учитывать следующие критерии территориальной доступности:

- ✓ расположение офиса в районе с большей плотностью населения;
- ✓ расположение офиса в районе с развитой инфраструктурой (вблизи магазинов, поликлиник, отделений Сбербанка, Почты и пр.).

2.3.4.2. **Оформление и оборудование клиентского офиса.** Требования изложены в разделе 3.2.

Механизм контроля: аудиторские проверки, контроль на стадии заключения договора аренды/покупки помещения.

#### 2.3.4.3. **Соблюдение установленного дресс-кода при обслуживании клиентов.**

- ✓ Одежда сотрудника, контактирующего с клиентами, должна быть чистой и опрятной, неброских тонов, выдержанная в строгом деловом стиле:
  - костюм или юбка, брюки, жилет, пиджак – однотонных тёмных расцветок. В тёплое время года допускаются светлые однотонные расцветки;
  - блузка (у женщин) и сорочка (у мужчин) однотонных светлых расцветок;
  - косынка (у женщин) и галстук (у мужчин), разработанные в едином корпоративном дизайне;
  - не допускаются: спортивная одежда, открытые, короткие топы/майки, юбки более 10 см выше колена, шорты.
- ✓ Обувь сотрудника должна быть с закрытым мысом, цвет обуви должен гармонировать с одеждой. Не допускается спортивная и пляжная обувь. Обувь должна быть чистой и опрятной.
- ✓ Сотрудник, контактирующий с клиентами, должен носить бейдж в течение всего рабочего дня. Бейдж содержит название компании, имя, фамилию и должность сотрудника.
- ✓ Косметика должна быть не вызывающей, приглушённых тонов.
- ✓ Руки должны быть ухоженными, ногти – недлинными, неяркими.
- ✓ Запах духов (туалетной воды, дезодоранта) не должен быть сильно выражен.
- ✓ Волосы должны быть аккуратно уложены, недопустимы экстравагантные причёски «кричащих» цветов.
- ✓ Аксессуары и украшения должны быть немногочисленными, неброскими и негромоздкими.

Механизм контроля: аудиторские проверки, проверки методом «тайный покупатель».

#### 2.3.4.4. **Рассмотрение обращений и жалоб в установленные сроки.**

Механизм контроля: аудиторские проверки.

2.3.4.5. **Обеспечение обратной связи:** наличие в клиентском зале книги отзывов и предложений, проведение опросов, в том числе путём заполнения клиентами анкет в клиентских офисах и на сайте Общества.

Механизм контроля: аудиторские проверки, проверки методом «тайный покупатель».

#### 2.3.4.6. **Соблюдения установленных сроков обслуживания клиентов.**

Механизм контроля: проверки методом «тайный покупатель», статистическая обработка отзывов клиентов. При наличии системы управления электронной очередью и/или СУВК – использование отчётной информации об обслуживании клиентов, полученной с помощью системы.

#### 2.3.4.7. **Соблюдение чистоты и порядка в клиентском зале.**

Механизм контроля: аудиторские проверки, проверки методом «тайный покупатель», статистическая обработка отзывов клиентов.

**2.3.4.8. Соблюдение этикета общения с клиентами и деловой переписки:** требования к этикету изложены в **разделах 2.4. и 2.5.**

Механизм контроля: проверки методом «тайный покупатель», статистическая обработка отзывов клиентов.

2.3.5. Критерии 2.3.4.1-5 относятся к объективным; критерии 2.3.4.6-8 – к субъективным критериям качества клиентского обслуживания.

2.3.6. Порядок выставления и применения оценок по критериям качества клиентского обслуживания регламентируется отдельным организационно-распорядительным документом.

## ***Раздел 2.4. Этикет общения с клиентами***

2.4.1. Личное общение с клиентом является важным элементом корпоративной культуры Общества. Сотрудник, принимающий клиента, является лицом Общества, формирует соответствующий имидж Общества в глазах реальных и потенциальных клиентов и партнёров; от него зависит восприятие Общества клиентом.

2.4.2. Принимая клиента, сотрудник фронт-офиса обязан:

- ✓ поприветствовать клиента и предложить ему присесть (при очном обслуживании, если в организованной схеме приёма это предусмотрено);
- ✓ поприветствовать клиента, озвучить название Общества и своё имя (при заочном обслуживании);
- ✓ в вежливой форме узнать у клиента, как к нему обращаться;
- ✓ внимательно выслушать клиента;
- ✓ при необходимости переспросить клиента во избежание недопонимания;
- ✓ отвечать на вопросы клиента вежливо и доброжелательно, в корректной форме;
- ✓ чётко выговаривать слова и следить за скоростью своей речи, так как слишком быстрая или слишком медленная речь затрудняет общение;
- ✓ выполнить необходимую для решения вопроса работу, вежливо попросив клиента подождать, или чётко, грамотно и доступно объяснить способ решения вопроса;
- ✓ при невозможности решить вопрос на месте перенести срок его решения, при необходимости – запросить у клиента недостающие сведения;
- ✓ невозможность решения вопроса клиента должна быть аргументирована; клиенту должны быть предложены варианты действий для решения вопроса;
- ✓ не повышать голос, не проявлять торопливость, не высказывать нетерпения, избегать непонятных для клиента терминов, не допускать в разговоре с клиентом неприятные для него интонации, не проявлять безразличия к проблемам клиента.

2.4.3. При приёме от клиента письменного заявления сотрудник фронт-офиса, наделённый соответствующими полномочиями, обязан:

- ✓ внимательно изучить заявление клиента;
- ✓ при недостатке информации, изложенной в заявлении, выяснить у клиента недостающую информацию;
- ✓ известить клиента о сроке разрешения его проблемы или жалобы;
- ✓ в случае невозможности решения проблемы в день обращения необходимо попросить контактные данные клиента и известить клиента о результате решения проблемы; при необходимости или по просьбе клиента направить ему письменный ответ;
- ✓ обеспечить регистрацию письменного заявления, требующего времени для проработки и подготовки ответа, с уведомлением клиента о сроках его направления. При желании клиента предоставить копию заявления с данными ФИО принявшего заявления и датой.

2.4.4. При проведении консультации сотрудник фронт-офиса должен чётко и доходчиво отвечать на вопросы клиента, при необходимости кратко изложить суть в письменном виде или дать возможность клиенту самому записать основные ответы.

2.4.5. Сотрудник должен демонстрировать доброжелательное отношение к клиенту при общении с ним. При очном обслуживании:

- ✓ корпус сотрудника должен быть развёрнут в сторону клиента;
- ✓ взгляд сотрудника должен быть направлен в сторону клиента, периодически встречаться глазами с клиентом (на экран при внесении информации в базу данных);
- ✓ сотрудник должен обязательно улыбнуться при приветствии клиента.

2.4.6. Форма изложения устных или письменных обращений к клиентам не должна допускать категоричных выражений, таких как: «Вы обязаны», «Вам предписывается», «Явиться», «Предъявить» и т.п.

2.4.7. Категорически запрещается в присутствии клиентов порочить репутацию Общества, подрядных организаций и других предприятий энергетической отрасли, вести посторонние разговоры, отлучаться, принимать пищу во время обслуживания клиента.

2.4.8. При выявлении ошибок, допущенных со стороны Общества или подрядных организаций, необходимо принести клиенту извинения за причинённые неудобства.

2.4.9. При выявлении ошибок, допущенных клиентом, запрещается высказывать ему претензии. Следует вежливо и доступно объяснить клиенту правильный порядок действий.

2.4.10. При обслуживании клиента, подавшего жалобу, необходимо придерживаться следующих методов работы:



- ✓ быть к клиенту внимательным, даже если жалоба кажется несущественной или абсурдной;
- ✓ помочь клиенту изложить свою жалобу, дать возможность спокойно высказаться, уточнить суть жалобы;
- ✓ решать проблему в кратчайшие сроки;
- ✓ анонимные жалобы рассматриваются в целях анализа и статистики обращений.

2.4.11. Если к сотруднику подошёл клиент, или его глаза встретились с глазами клиента, то необходимо поздороваться с ним, представиться и обратиться с вопросом «Могу Вам чем-то помочь?» или вопросом аналогичного содержания. При этом, если сотрудник находится на значительном расстоянии от клиента, достаточно кивнуть головой, поддерживая при этом контакт глазами. Приветствуя клиента, сотрудник демонстрирует, что заметил его, и сообщает о своей готовности помочь ему в случае необходимости.

2.4.12. Варианты завершения общения с клиентом: «Рады, что Вы к нам обратились», «Рады, что смогли Вам помочь», «Рады были помочь», «Если возникнут вопросы, будем рады Вам помочь», «Всего доброго. До свидания».

2.4.13. В случае проявления со стороны клиента необоснованной агрессии, неадекватного поведения, нахождения его в алкогольном/наркотическом опьянении сотрудник фронт - офиса в вежливой, но настойчивой форме должен попросить его удалиться. В крайнем случае, может быть привлечен охранник офиса и вызван наряд полиции.

2.4.14. В случае обращения клиента (в клиентских офисах или по телефону) к сотруднику Общества, в функциональные обязанности которого не входит обслуживание клиентов, сотрудник должен:

- ✓ выслушать клиента;
- ✓ порекомендовать клиенту обратиться в Контактный центр или офис обслуживания, удобный для клиента, предоставив ему необходимую для этого информацию.

2.4.15. Устанавливаются следующие правила внутреннего этикета:

- ✓ В рабочее время сотрудник должен переключить личный мобильный телефон в бесшумный/тихий/виброрежим.
- ✓ Разговоры между сотрудниками должны вестись вполголоса, не следует мешать работе других сотрудников, обслуживающих клиентов, и самих клиентов громкими разговорами.
- ✓ Сотрудник должен соблюдать субординацию с руководителями и коллегами.
- ✓ Сотрудник должен содержать своё рабочее место в чистоте и порядке.
- ✓ Сотрудник не должен заниматься макияжем, причёской, находясь на рабочем месте.
- ✓ Сотрудник должен прилагать усилия для того, чтобы не создавать конфликтные ситуации и максимально способствовать их разрешению при возникновении.

## **Раздел 2.5. Этикет деловой переписки**

2.5.1. Деловая переписка, как и любая другая форма взаимодействия людей, основана на своде этических правил и норм, главное из которых – корректность и уважение к партнёру. Даже если целью письма является высказывание претензии, его текст не должен содержать грубых слов и некорректных выражений.

2.5.2. При составлении письма для упрощения его идентификации следует заполнять поля «Кому», «Копия» (при необходимости), «Тема».

2.5.3. При написании ответа следует придерживаться следующих принципов:

- ✓ **Точность** – указываются точные данные, на которые делаются ссылки (например, даты, регистрационный номер и тема другого письма или документа, имя файла).
- ✓ **Конкретность** – из письма должно быть понятно, что именно требуется от получателя.
- ✓ **Лаконичность** – суть проблемы должна быть изложена ясно и лаконично. Лаконичный деловой текст – это не сухость, а экономия времени и точность мысли.

2.5.4. Если письмо содержит несколько вопросов, тем или задач, их необходимо структурировать и отделить. Сплошной текст сложно читать и можно пропустить основной вопрос письма.

2.5.5. Ответ на просьбы, изложенные в письме, должен четко определять временные рамки (сроки, даты) решения вопросов.

2.5.6. Текст не должен содержать ошибок.

2.5.7. Стандартное деловое письмо имеет следующую структуру:

2.5.7.1. **Обращение.** Находится в «шапке» письма и содержит должность и ФИО адресата. Для официальной деловой переписки стандартным считается обращение «Уважаемый», которое пишут с большой буквы и по центру листа. Можно обратиться либо «Уважаемый Андрей Петрович», либо «Уважаемый господин Смирнов» (без инициалов). В обращении к человеку слово «господин» нельзя сокращать до «г-н».

2.5.7.2. **Преамбула.** Составляет первый абзац письма, в котором изложена его цель и причина. Прочтя преамбулу, адресат должен понять суть письма.

2.5.7.3. **Основной текст.** В 2-5 абзацах должна быть изложена ситуация, озвучена просьба о конкретных действиях либо предложен вариант разрешения вопроса.

2.5.7.4. **Заключение.** Необходимо для краткого подведения итогов всего написанного и логичного завершения письма.

2.5.7.5. **Подпись.** Письмо завершается подписью (должность + ФИО) должностного лица. При подписании письма важно учесть ранг адресата и

подписанта. При этом подпись должна соответствовать её расшифровке: ситуация, когда заместитель директора ставит косую черту рядом с фамилией директора и подписывается своим именем, недопустима. Вместе с тем не допускается ставить предлог «За», надпись от руки «Зам.» и записи «И.о. директора», «И.о. начальника отдела» и т.п.

2.5.7.6. **Приложения.** Приложения являются необязательным дополнением к основному тексту письма и поэтому оформляются на отдельных листах – каждое приложение на своём листе.

2.5.7.7. **Отметка об исполнителе.** Отметка об исполнителе должна располагаться в левом нижнем углу последнего листа письма после подписи должностного лица, быть написана шрифтом, аналогичным шрифту основного текста, размером на 3-4 пункта меньше основного текста, и содержать следующую информацию:

- ✓ полное ФИО исполнителя,
- ✓ контактный телефон с указанием кода междугородней связи.

Отметка об исполнителе не ставится, если исполнителем является сам подписант.

2.5.8. При отправке письма по электронной почте:

2.5.8.1. Запрещается вкладывать в письма файлы форматов EXE, PIF, BAT, COM, CMD, SCR – многие почтовые клиенты или сервера блокируют такие вложения, и адресат их не прочтёт. Вложения следует заархивировать (zip, rar) и в таком виде отправлять.

2.5.8.2. Нормальным считается высылать без предупреждения вложения до 3-5 мегабайт. При вложении большего размера стоит уточнить у получателя, пройдёт ли такой файл через его сервер и поместится ли в почтовый ящик.

2.5.8.3. Запрещается посылать вложения сомнительного содержания (spam).

2.5.8.4. Наличие подписи в электронном письме обязательно. Подпись не должна превышать 5-6 строк. Она должна включать в себя имя отправителя, номер телефона, адрес электронной почты, название и физический адрес компании, а также адрес её сайта.

Предпочтительно иметь в наличии два варианта подписи электронного письма: для инициативных (новых) писем с полной и для ответов с краткой подписью.

2.5.8.5. Перед отправкой письма необходимо прочитать текст и убедиться в его лаконичности, точности, отсутствии грамматических ошибок, а также проверить наличие необходимых адресатов.

## **Глава 3. ОРГАНИЗАЦИЯ ОЧНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ**

### **Раздел 3.1. Инфраструктура очного обслуживания**

3.1.1. Система очного обслуживания клиентов Общества реализуется через обособленные территориальные подразделения – клиентские офисы (отделения, участки).

3.1.2. Количество и места расположения клиентских офисов определяются исходя из принципа доступности очного обслуживания.

3.1.3. При определении плотности размещения обособленных подразделений Общества учитываются требования законодательства субъекта Российской Федерации, применяющиеся для установления границ муниципальных образований и их административных центров. Общество при определении месторасположения обособленного подразделения исходит из пешеходной или транспортной доступности до него и обратно в течение рабочего дня для всех клиентов, проживающих в границах зоны обслуживания данного подразделения. Примечание: исключение составляют отдалённые и труднодоступные местности.

3.1.4. Центральный офис (исполнительный аппарат) производит сбор и обработку информации по обслуживанию клиентов в клиентских офисах для формирования сводных статистических отчётов.

### **Раздел 3.2. Требования к помещениям клиентских офисов**

3.2.1. Очное обслуживание организуется в помещениях, находящихся в максимально доступном для большинства населения месте.

3.2.2. Помещение для очного обслуживания обеспечивает беспрепятственный доступ посетителей в течение установленного времени для приёма клиентов, в том числе лиц с ограниченными возможностями.

3.2.3. Клиентский офис (фасад и помещения клиентского офиса) оформляется в едином корпоративном стиле и цветовой гамме.

3.2.4. Рядом со входом в здание, в котором размещен клиентский офис, устанавливается урна для мусора.

3.2.5. При выходе из клиентского офиса устанавливается урна для мусора.

3.2.6. Ступени (при наличии), обеспечивающие доступ в клиентский офис, покрываются противоскользящим материалом.

3.2.7. Функционально-планировочное зонирование помещений КО должно обеспечивать:

- ✓ оптимальное распределение потока клиентов при обслуживании;

- ✓ минимальную протяженность технологических маршрутов движения документов в рамках бизнес-процессов по обслуживанию потребителей и обработки обращений;
- ✓ удобное расположение сотрудников по рабочим зонам для оперативного взаимодействия друг с другом в рамках бизнес-процессов по обслуживанию потребителей и обработки обращений.

3.2.8. В целях большей защиты информации клиентов, места обслуживания клиентов должны отделяться друг от друга прозрачными экранами со звукопоглощающей отделкой.

3.2.9. При очном обслуживании рабочее место сотрудника клиентского офиса должно располагаться таким образом, чтобы клиент мог хорошо видеть и слышать сотрудника.

3.2.10. В здании, где расположен клиентский офис, должен быть в наличии санузел, куда предоставляется доступ клиентам.

3.2.11. При наличии в клиентском офисе санузла, куда предоставляется доступ клиентам:

- ✓ дверь санузла не закрывается на ключ. При наличии в клиентском офисе двух санузлов (для клиентов и для сотрудников), санузел для сотрудников может закрываться на ключ;
- ✓ дверь санузла закрывается изнутри;
- ✓ если свет в санузле включается по датчику движения, то об этом указывается в табличке, оформленной в корпоративном стиле, на двери при входе в санузел;
- ✓ в санузле отсутствуют посторонние предметы, такие как швабры, тряпки, ведра, баки, порошки и средства для уборки (за исключением ёршика и освежителя воздуха);
- ✓ в санузле размещено объявление, оформленное в корпоративном стиле, с просьбой содержать туалет в чистоте: «Просим Вас соблюдать чистоту в туалете»;
- ✓ на двери туалета клиентского офиса или рядом со входом в туалет установлена информационная табличка «Туалет» (при необходимости с графическим рисунком, показывающим разделение на «женский» и «мужской» туалеты).

3.2.12. В целях безопасности сотрудников и клиентов помещение оборудуется:

- ✓ охранной и пожарной сигнализацией, а также средствами пожаротушения (на огнетушителях, размещенных в клиентском офисе, наклеиваются таблички, оформленные в корпоративном стиле, с наименованием клиентского офиса/отделения);
- ✓ системой видеонаблюдения;
- ✓ локальной системой оповещения о возникновении чрезвычайной ситуации, тревожной кнопкой.

3.2.13. Вход и выход (включая аварийный) из помещения оборудуются соответствующими указателями.

3.2.14. Информационные указатели, оформленные в едином корпоративном стиле, размещаются:

- ✓ по пути от остановок общественного транспорта до клиентского офиса (отделения, участка, при необходимости);
- ✓ у центрального входа в помещение:
  - вывеска - световой короб с названием клиентского офиса (отделения, участка);
  - табличка с информацией о режиме работы и телефоны Контактного центра («горячей линии»), при этом:
    - если отделение/участок/клиентский офис работают по скользящему графику (без выделенного времени на обед), то на табличке не указывается время обеда;
    - при наличии кассы, на табличке указывается режим работы кассы при условии, что касса работает по отдельному графику (с обедом, время на инкассацию).
  - табличка с графиком загруженности отделения/участка/клиентского офиса.
- ✓ по пути внутри здания:
  - при входе в клиентский офис организованы потолочные или иные указатели, оформленные в корпоративном стиле «Обслуживание частных клиентов», «Обслуживание корпоративных клиентов», «Касса» (при наличии в клиентском офисе кассы), «Самообслуживание (передача показаний и оплата через терминал/инфомат)»;
  - при входе в клиентский офис и по пути, при необходимости, на полу размещаются указатели-наклейки, оформленные в корпоративном стиле, «Обслуживание частных клиентов», «Обслуживание корпоративных клиентов»;
  - в соответствующих зонах клиентского офиса (от 100 кв.м) размещены потолочные или иные таблички «Клиентский зал», «Касса» (при наличии), «Выход», «Самообслуживание» (при наличии);
  - в клиентском зале рядом с местами сотрудников, обеспечивающих очное обслуживание клиентов, указаны номера окон обслуживания, оформленные в корпоративном стиле.
- ✓ у входа в каждое из внутренних помещений – табличка (оформленная в корпоративном стиле) с наименованием подразделения Общества, должности Ф.И.О. специалиста Общества (в случае отдельного кабинета), при необходимости – перечень вопросов, по которым ведётся приём.

3.2.15. Стены в клиентском зале оборудованы защитными панелями на уровне пояса для защиты их от истирания.

3.2.16. В клиентской зоне не размещаются шкафы/полки со служебными документами.

3.2.17. Оборудование и оснащение клиентского офиса:

- ✓ многоканальная телефонная линия с выходом на корпоративную телефонную сеть, на городские телефоны и с прямым выходом на Контактный центр;
- ✓ локальная вычислительная сеть и возможность работы с общей клиентской базой;
- ✓ автоматизированные рабочие места сотрудников, занятых приёмом клиентов, с системой гарантированного электропитания;
- ✓ система кондиционирования воздуха, обеспечивающая комфортную температуру в клиентском зале;
- ✓ система «электронная очередь»;
- ✓ система управления взаимоотношениями с клиентами (СУВК);
- ✓ необходимое количество мест для сидения (стулья, кресла, диваны) для клиентов;
- ✓ информационные стенды/буклеты, содержащие необходимые материалы в соответствии требованиями **раздела 7.2.**
- ✓ столы/полки/стойки возле информационных стендов, на которых размещено достаточное количество письменных принадлежностей (обязательно на каждом столе/полке/стойке необходимо обеспечить наличие ручек на закрепленной подставке, в т.ч. на столах сотрудников, обеспечивающих очное обслуживание клиентов);
- ✓ книга отзывов и предложений в клиентском зале;
- ✓ питьевой аппарат и стаканчики для питьевой воды для клиентов;
- ✓ терминал/инфомат для самообслуживания клиентов, позволяющий передавать показания, проводить оплату за электроэнергию и дополнительные товары и услуги без комиссии, получить доступ в ЛКК. информации и моментальной оплаты за электроэнергию и дополнительные услуги и/или касса для приёма платежей без комиссии;
- ✓ камеры видеонаблюдения в местах приема и обслуживания клиентов с учетом возможности аудиозаписи настольные таблички, размещаемые на стойках обслуживания клиентов или на столах сотрудников, занимающихся приемом и обслуживанием клиентов, следующего содержания: «Если Вы недовольны качеством обслуживания сотрудника (*указывается наименование энергосбытовой компании*), пожалуйста, позвоните по телефону (*указывается номер специальной выделенной линии по приему жалоб и/или телефон Контактного центра*). Мы обязательно разберемся в сложившейся ситуации и сообщим Вам о результатах»;
- ✓ ящик для приёма показаний/терминал для приёма показаний устанавливается в доступном и видимом для клиентов месте в клиентском зале/тамбуре отделения/участка/клиентского офиса. Ящик для приёма показаний устанавливается на стене (при наличии терминала для передачи показаний,

- установка ящика для приёма показаний не обязательна). Рядом с ящиком размещаются бланки (установленного образца) для заполнения показаний;
- ✓ бесплатный доступ в интернет через Wi-Fi. В клиентском зале размещается на видном месте для клиентов информационная табличка «Зона бесплатного Wi-Fi». Подключение к Интернету через Wi-Fi клиентского офиса осуществляется через интернет-страничку (оформленную в корпоративном стиле), на которой указываются условия предоставления доступа (в т.ч. запрашивается номер мобильного телефона, на который приходит пароль для Wi-Fi) и размещается реклама клиентских сервисов/ДПС;
  - ✓ детский уголок, обеспечивающий комфортную обстановку для детей клиентов (яркие детские столики и стульчики, наборы цветных карандашей, раскраски, головоломки);
  - ✓ ящик доверия - ящик для проведения опросов и анкетирования клиентов. Устанавливается на стене в клиентском зале на видном и доступном для клиентов месте.
  - ✓ место для заряда мобильных телефонов, планшетов и компьютеров (в наличии несколько видов универсальных зарядок и 1-2 розетки) клиентов, ожидающих обслуживания. Данные места обозначены табличками, оформленными в корпоративном стиле, «Здесь Вы можете зарядить любой гаджет».

3.2.18. Все помещения должны постоянно поддерживаться в хорошем состоянии и удовлетворять требованиям санитарной гигиены. Рекомендуются размещение безопасных декоративных растений.

3.2.19. Места для сидения клиентов поддерживаются в чистоте (не содержат пыли, грязи, пролитой жидкости и других пятен, которые могут оставить след на одежде).

3.2.20. В помещениях клиентского офиса не должно находиться информационных, рекламных и иных материалов сторонних организаций, кроме материалов, установленных к размещению руководством Общества.

3.2.21. При наличии в клиентском офисе тамбура (достаточной площади для размещения информации), рекламно-справочные материалы для частных и корпоративных клиентов дополнительно размещаются в тамбуре на стенах в пластиковых кармашках либо в стойке с информацией.

3.2.22. Допускается оформление клиентского офиса в соответствии с праздниками (Новый год; 22 декабря (День Энергетика); 23 февраля; 8 марта; 1 мая; 9 мая; 12 июня (День России); День Республики/Края, на территории которой (-ого) работает клиентский офис) не ранее, чем за 10 рабочих дней до праздничной даты. В течение 5 рабочих дней после праздничной даты праздничное оформление клиентского офиса снимается.

3.2.23. Все объявления, размещаемые в клиентском зале, имеют одинаковый формат по виду заголовков, тексту объявления и качеству печати. Объявления соответствуют требованиям Стандарта оформления клиентского офиса (при наличии такого стандарта).



3.2.24. Горшки с растениями и/или вазы с цветами не должны мешать ознакомлению клиента с рекламно-информационными материалами, размещенными в клиентском зале.

3.2.25. В клиентском зале на столах/полках/стойках, а также на рабочих местах сотрудников, обеспечивающих очное обслуживание клиентов, не допускается наличие горшков/ваз с растениями/цветами.

3.2.26. Клиентам не предоставляется бумага для записей, на которой (на лицевой или оборотной стороне) указаны личные данные другого (-их) клиента (-ов).

3.2.27. При невозможности соблюдения требований настоящего Стандарта начальник отделения организует разработку индивидуального дизайн-макета оформления клиентского офиса с обязательным согласованием с исполнительным директором Общества и утверждением генеральным директором Общества.

При наличии согласованного и утверждённого дизайн-макета оформление клиентского офиса осуществляется согласно данному дизайн-макету, а в части требований, не отражённых в нём, регламентируется настоящим Стандартом.

### ***Раздел 3.3. Организация приёма клиентов***

3.3.1. Приём клиентов организован в каждом обособленном территориальном подразделении (центральный офис, отделения, участки).

3.3.2. Очное обслуживание производится в часы работы соответствующего структурного подразделений Общества. Допускается смещение рабочего графика в зависимости от территориальных особенностей и необходимости обеспечения обслуживания в вечернее время, выходные и праздничные дни. В случаях, если часы приёма клиентов не совпадают с часами работы структурного подразделения, об этом должно быть дополнительно указано на вывеске у входа в здание; информационном стенде, размещённом в здании Общества; на веб-сайте Общества.

3.3.3. Очное обслуживание осуществляется сотрудниками клиентских офисов (контролёрами, старшими контролёрами, агентами, старшими агентами, техниками, инженерами, менеджерами, делопроизводителями и другими специалистами) в рамках своих должностных обязанностей.

3.3.4. Обслуживание клиентов в клиентском зале организовано в режиме тет-а-тет (агент по сбыту и клиент сидят за одним столом).

3.3.5. На столе или стойке сотрудника, обслуживающего клиентов, размещена табличка с его именем, фамилией, должностью «Вас обслуживает: ...»

3.3.6. Приём клиентов руководителями межрайонных отделений и клиентских офисов производится согласно установленному графику, размещённому в клиентском зале и на официальном сайте Общества.

3.3.7. Типовой алгоритмочного обслуживания клиента:

- ✓ клиент получает талон электронной очереди, при наличии;

- ✓ клиент знакомится с информационным стендом и объявлениями, разъясняющими порядок приёма, типовые вопросы, содержащими справочную информацию, образцы заполнения документов и т.п.;
- ✓ при необходимости клиент обращается к сотруднику клиентского зала, который:
  - проводит первичный приём и консультацию;
  - обеспечивает надлежащий порядок при обслуживании клиентов;
  - предлагает клиенту информационные материалы, бланки и типовые формы документов, перечни необходимой для предоставления документации, образцы для заполнения документов и пр.;
  - выявляет необходимость обращения к соответствующему специалисту и осуществляет диспетчеризацию;
  - принимает документы, не требующие дополнительной проработки в клиентском зале, для регистрации и дальнейшей передачи в соответствующие подразделения (бэк-офис), в компетенцию которых входит рассмотрение данных вопросов;
  - в случае, если ответ на вопрос клиента требует дополнительной проработки, предлагает клиенту оставить контактную информацию, чтобы связаться с ним позднее.
- ✓ сотрудник клиентского зала выполняет функции по реализации потребностей клиента в рамках своих должностных обязанностей, в т.ч.:
  - осуществляет приём клиента;
  - консультирует клиента по вопросам энергоснабжения, а также по актуальным услугам и предложениям Общества;
  - предлагает клиентам информационные материалы, бланки и типовые формы документов, перечни необходимой для предоставления документации, образцы для заполнения документов и пр.;
  - принимает и оформляет заявки на оказание дополнительных услуг;
  - принимает документы для регистрации и дальнейшей передачи в соответствующие подразделения (бэк-офис), в компетенцию которых входит рассмотрение данных вопросов;
  - выдаёт клиенту копии документов, подписанные договоры энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности)) и договоры на оказание дополнительных услуг, счета-фактуры, расчётно-платёжные документы, справки об отсутствии задолженности и пр.;
  - вносит в базу данных текущие показания приборов учёта клиента, информацию об изменении реквизитов лицевого счёта клиента, оформлении/переоформлении/закрытии льгот и т.п.;
  - передаёт принятые заявки и документы в бэк-офис для рассмотрения и исполнения;
  - в случае, если ответ на вопрос клиента требует дополнительной проработки, предлагает клиенту оставить контактную информацию, чтобы связаться с ним позднее.

- ✓ в случае, если клиент не удовлетворён пояснениями сотрудника клиентского зала, он может обратиться к старшему сотруднику и к руководству клиентского офиса;
- ✓ в случае, если клиент остался недоволен полученными ответами, он имеет право подать письменное обращение к руководству Общества или в надведомственную организацию;
- ✓ во время проведения компанией анкетирования или опросов клиентов в конце обслуживания предлагает клиенту пройти опрос/анкетирование (при необходимости выдаёт анкету/опросник);
- ✓ при разговоре о клиентах компании, во время обращения к клиенту не употребляет слово «абонент», а использует слово «клиент»;
- ✓ после решения вопроса клиента спрашивает клиента об использовании им ЛКК, и (или) получения первичных документов посредством электронного документооборота, в случае, если клиент не использует ЛКК и (или) электронный документооборот, сотрудник напоминает клиенту о преимуществах ЛКК и (или) электронного документооборота предлагает заполнить заявление на регистрацию и (или) подписать соответствующие дополнительные соглашения к договору.

3.3.8. Время ожидания клиента в очереди не должно превышать 20 минут.

3.3.9. При очном обращении клиенту может быть предоставлена либо общедоступная информация по вопросам энергоснабжения, либо информация, касающаяся его взаимоотношений с Обществом. Информация о взаимоотношениях между Обществом и третьими лицами не предоставляется.

3.3.8. Прием и обслуживание клиентов должно происходить в зоне наблюдения камер. Выездное обслуживание посредством мобильного офиса происходит с записью на камеру видеонаблюдения при наличии технической возможности.

3.3.10. При очном обслуживании запрещено на рабочем столе размещение каких-либо посторонних предметов, не относящихся к работе, в т.ч. горшков/ваз с растениями/цветами.

3.3.11. Сотрудники бэк-офиса вступают во взаимодействие с клиентами в том числе в следующих случаях:

- ✓ при исполнении заявки клиентана оказание ему услуг, поступившей через клиентский офис или Контактный центр;
- ✓ при наличии разногласий по объёмам и стоимости поставленной электрической энергии (мощности) клиентам-юридическим лицам;
- ✓ по распоряжению руководителя структурного подразделения при образовании очереди в клиентском зале.

3.3.12. В случае пиковых нагрузок, если очередь составляет более 3 (трёх) человек к одному сотруднику клиентского зала, вводится следующий временный порядок обслуживания клиентов (при наличии персонала бэк-офиса):

- ✓ формируется группа из нескольких сотрудников бэк-офиса в помощь сотрудникам клиентского зала. Количество и состав группы определяется руководителем структурного подразделения;
- ✓ для работы группы при наличии возможности и площади выделяется рабочая зона (холл, часть кабинета), организуются рабочие места (указатели, таблички на столах);
- ✓ группа ведёт обслуживание клиентов до сокращения времени ожидания клиентов до допустимых значений.

3.3.13. Для отдалённых и труднодоступных районов территории обслуживания Общество организует очное общение путём выезда в такие населенные пункты (далее – выездное обслуживание).

3.3.14. При организации выездного обслуживания жители населённого пункта заблаговременно (не менее, чем за 5 рабочих дней) предупреждаются об организации выездного обслуживания путём размещения объявлений в СМИ, местах большого скопления людей (магазинах, клубах и т.д.).

3.3.15. Необходимость и частота выездного обслуживания для каждого населённого пункта определяется руководством отделения Общества на основе анализа платёжной дисциплины клиентов, проживающих в населённом пункте, количества телефонных и письменных обращений и т.д.

3.3.16. В исключительных случаях, если клиент испытывает серьёзные затруднения в передвижении, Обществом может быть организован выезд на дом к данному клиенту (индивидуальное выездное обслуживание).

3.3.17. Индивидуальное выездное обслуживание клиента производится не чаще 1 раза в год на основании письменного или телефонного обращения клиента. Конкретная дата индивидуального выездного обслуживания клиента определяется исходя из удалённости населённого пункта, в котором проживает клиент, от клиентского офиса Общества, но не позднее чем через 30 календарных дней с момента обращения клиента (исключение составляют отдалённые и труднодоступные районы территории обслуживания).

## **Глава 4. ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАОЧНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ**

### **Раздел 4.1. Инфраструктура заочного обслуживания**

4.1.1. Система заочного обслуживания клиентов Общества включает в себя два канала связи: телефон (Контактный центр, «горячая линия», включая телефон с автоответчиком) и переписка (включая почтовую переписку, электронную почту, факсимильную связь и книгу отзывов и предложений).

4.1.2. Контактный центр («горячая линия») представляет собой единую централизованную справочную службу, обратившись в которую, клиент может получить информацию по услугам посредством телефонной связи, а также передать необходимую информацию исполнителю услуги.

4.1.3. Устанавливаются следующие параметры функционирования Контактного центра:

- ✓ Приём вызовов осуществляется не менее 5 дней в неделю, в рабочее и вечернее время (с 8.00 до 17.00).
- ✓ .
- ✓ Номер телефона Контактного центра – единый на всей территории региона обслуживания Общества.
- ✓ Звонок бесплатен для клиента, за исключением случаев, когда клиент находится за пределами территории внутризонального телефонного соединения.
- ✓ Клиент предупреждается об осуществлении записи в начале телефонного разговора.

При необходимости, существует специальная выделенная телефонная линия по приему жалоб клиентов на качество обслуживания

4.1.4. Переписка используется для направления документации, связанной с обслуживанием, а также в случаях подачи клиентом письменного обращения.

4.1.5. Сотрудники, обеспечивающие заочное обслуживание клиентов, должны использовать единую информационную базу данных, посредством которой синхронизируется их деятельность и не допускаются повторные запросы информации от клиента.

4.1.6. Ответ клиенту направляется по тому же каналу связи, по которому он подал обращение: по телефону, факсу, электронной или обычной почте, или по каналу, который клиент указал для ответа в своём обращении. Ответы на обращения, поданные непосредственно в клиентский офис или оставленные в книге отзывов и предложений, направляются клиенту по обычной почте. Допускается отсутствие письменного ответа в случае, если клиент проинформирован и удовлетворён решением своего вопроса по телефону.

## **Раздел 4.2. Организация обслуживания клиентов по телефону**

4.2.1. Клиент может воспользоваться следующими видами телефонной связи: прямой телефонный контакт и сообщение на телефон с автоответчиком.

4.2.2. Телефонные номера Контактного центра («горячей линии», клиентских офисов) указываются на счетах-извещениях; информационных стендах, размещённых в клиентских офисах Общества; на веб-сайте Общества.

4.2.3. По телефонам для прямого телефонного контакта клиент должен в момент разговора получить ответ на свой вопрос. В случае, если специалист, ответивший на телефонный звонок клиента, не может дать полный ответ в момент разговора, или подготовка информации для клиента требует некоторого времени (более 2 минут), клиенту сообщается об этом, и указываются дата и время, когда клиент может перезвонить для получения точной и полной информации (возможен вариант, когда по согласованию с клиентом перезванивает сотрудник Общества).

4.2.4. Телефоны для прямого телефонного контакта доступны для звонков клиентов в часы работы соответствующего подразделения Общества.

4.2.5. В случае обращения клиента по прямому телефонному контакту за получением информации о состоянии расчётов, уточнения количества проживающих и иной информации, которая носит конфиденциальный характер, клиент обязан представиться, назвать номер лицевого счёта или адрес. В случае, если клиент отказывается выполнить вышеуказанные требования, сотрудник Общества имеет право отказать клиенту в предоставлении запрашиваемой информации.

4.2.6. Заочное обслуживание по телефону включает в себя регистрацию и обработку телефонного вызова сотрудником Общества, который использует установленный перечень вопросов для самостоятельного ответа и типовые ответы. В случае поступления сложного запроса сотрудник связывается со специалистом Общества, уточняет у него информацию и предоставляет её клиенту либо связывает клиента со специалистом Общества.

4.2.7. При необходимости клиенту предоставляется возможность предварительной записи на приём в клиентский офис.

4.2.8. В случае, если обращение клиента содержит нецензурную брань, оскорбления или угрозы в адрес сотрудника Общества или самого Общества, сотрудник Общества имеет право прекратить телефонный контакт, прервав разговор.

4.2.9. В случае обращения клиента по телефону с автоответчиком клиент обязан представиться, назвать номер своего лицевого счёта или адрес, а также телефон или адрес для предоставления ответа. В случае, если клиент не указал ни телефон, ни адрес для предоставления ответа, вопрос клиента не рассматривается.

4.2.10. Ответные звонки после обращения на телефон с автоответчиком производятся сотрудниками Общества в рабочее время соответствующего структурного подразделения Общества.

4.2.11. Устанавливаются следующие типовые параметры средней и предельной продолжительности взаимодействия с клиентами по телефону:

<b>Форма взаимодействия</b>	<b>Критерий</b>	<b>Параметр</b>
Телефонное обслуживание клиентов специалистом Общества	Соединение со специалистом	40 сек.
	Предоставление информации специалистом	5 мин.
Обработка обращений, оставленных клиентами на телефон с автоответчиком	Рассмотрение обращения и предоставление ответа клиенту по телефону	Не более 10 дней
	Продление рассмотрения обращения в случае необходимости	Не более 10 дней
Обработка жалоб клиентов	Рассмотрение жалобы и предоставление ответа клиенту по телефону	Не более 20 дней

4.2.12. При любом общении посредством телефонной связи клиенту может быть предоставлена либо общедоступная информация по вопросам энергоснабжения, либо информация, касающаяся его взаимоотношений с Обществом. Информация о взаимоотношениях между Обществом и третьими лицами не предоставляется.

### ***Раздел 4.3. Организация обработки письменных обращений***

4.3.1. Письменное обращение может быть направлено клиентом по адресу любого обособленного территориального подразделения Общества (центральный офис, отделение или участок Общества) по почте, электронной почте, факсимильной связи, представлено лично в любой клиентский офис Общества или оставлено в книге отзывов и предложений.

4.3.2. Все письменные обращения, поступающие в Общество, регистрируются и обрабатываются в порядке, установленном регламентом документооборота/инструкцией по делопроизводству Общества. Специалисты Общества проверяют полноту представленных сведений и, если данных недостаточно, связываются с клиентом по одному из указанных им каналов связи в целях уточнения информации и согласования времени принятия дальнейших мер по обращению.

4.3.3. Ответ на письменное обращение клиента должен содержать конкретную информацию по сути вопроса, заданного клиентом, Ф.И.О. и контактные данные исполнителя и быть подписан уполномоченным на то должностным лицом.

4.3.4. Действия по письменному обращению клиента не производятся (с уведомлением клиента об этом в соответствии с п. 4.1.6) в случаях:

- ✓ если письменное обращение содержит нецензурные либо оскорбительные выражения, угрозы жизни, здоровью и имуществу сотрудника Общества, а также членов его семьи;
- ✓ если текст письменного обращения не поддается прочтению;
- ✓ если в письменном обращении клиента содержится вопрос, на который клиенту уже был предоставлен ответ по существу в связи с ранее направляемыми обращениями, и при этом в обращении не приводятся новые доводы или обстоятельства;
- ✓ если ответ по существу поставленного в обращении вопроса не может быть дан без разглашения сведений, составляющих коммерческую тайну.

4.3.5. Письменное обращение клиента не рассматривается, и ответ на обращение не дается, если в письменном обращении не указаны контактные данные клиента.

4.3.6. При любом письменном обращении клиенту может быть предоставлена либо общедоступная информация по вопросам энергоснабжения, либо информация, касающаяся его взаимоотношений с Обществом. Информация о взаимоотношениях между Обществом и третьими лицами не предоставляется кроме случаев, предусмотренных действующим законодательством РФ.

4.3.7. Устанавливаются следующие типовые параметры предельной продолжительности обработки письменных обращений:

<b>Форма взаимодействия</b>	<b>Критерий</b>	<b>Параметр</b>
Обработка письменных обращений клиентов специалистом Общества	Регистрация, классификация обращения и передача специалисту	Не более 1 рабочего дня
	Рассмотрение обращения и оформление ответа	Не более 10 дней
	Продление рассмотрения обращения в случае необходимости	Не более 10 дней
Обработка жалоб клиентов	Рассмотрение жалобы и оформление ответа	Не более 20 дней



## Глава 5. ОРГАНИЗАЦИЯ ИНТЕРАКТИВНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

### Раздел 5.1. Инфраструктура интерактивного обслуживания

5.1.1. Система интерактивного обслуживания клиентов Общества реализуется на базе представлений «Для частных клиентов», «Для корпоративных клиентов» веб-сайта Общества, сервиса «Личный кабинет клиента», официальных групп АО «Чувашская энергосбытовая компания» в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», «Facebook».

5.1.2. Типовая структура информации для частных и корпоративных клиентов на сайте Общества

Наименование раздела	Наименование подраздела	Информация, содержащаяся в подразделе
<b>Структура по представлению «Частным клиентам»/ «Корпоративным клиентам»</b>		
Основные разделы	Стать клиентом	Порядок заключения договора энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности)), типовые формы договоров, перечень документов, необходимых для заключения договора.
	Тарифы/ Тарифы и цены	Действующие тарифы, архив тарифов, Постановления РЭК региона обслуживания, нерегулируемые цены (с разбивкой по месяцам, ценовым категориям и группам потребителей), регулируемые цены, неценовые параметры, архив цен и др.
	Оплата)	Информация о порядке о порядке и способах оплаты без комиссии
	Товары и дополнительные услуги	Прайс-лист товаров и услуг, возможность сделать онлайн заказ, возможность оплатить
	Это важно	Нормативы потребления электроэнергии, расчётные способы определения объёмов электропотребления, расчёт стоимости электроэнергии.

	Онлайн-сервисы	Размещается важная и актуальная информация для клиентов. Например, Стандарт обслуживания клиентов, руководство пользователя ЛКК и т.д.).
<b>Обратная связь</b>		
Интерактивное обслуживание	Личный кабинет клиента	Онлайн-кабинет клиента для управления своими лицевыми счетами
	Виртуальная приемная	Автоматизированная форма для подачи обращения, жалобы, отзыва.
	Онлайн-консультант	Сервис сайта, позволяющий взаимодействовать пользователю с операторами Контактного центра посредством онлайн-чата
	Звонок в Контактный центр	Возможность соединения с оператором Контактного центра через сайт Общества
<b>Справочная информация</b>		
Новости	Актуальная информация для клиентов Общества (может содержать ссылку на главную страницу веб-сайта)	Информация об изменении тарифов, новых формах обслуживания, аварийных отключениях и т.д.
Полезные ссылки	Адреса веб-сайтов	Перечень веб-сайтов смежных организаций, партнёров, органов исполнительной власти и т.д.
<b>Другие формы интерактивного обслуживания</b>		

### 5.1.3. Основной функционал сервиса «Личный кабинет клиента»:

- ✓ предоставление клиенту защищённого доступа к оперативным данным о состоянии его лицевого счёта, включая контактные данные плательщика,

договор энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности)), реквизиты лицевого счёта, цены/тарифы, оформленные льготы, зафиксированные показания приборов учёта, выставленные счета с расшифровкой, произведённые платежи и т.д.;

- ✓ обеспечение клиенту возможности передать текущие показания приборов учёта;
- ✓ обеспечение клиенту возможности рассчитать сумму к оплате за электроэнергию и иные услуги, оказываемые Обществом, распечатать счёт-квитанцию для оплаты и/или произвести оплату онлайн;
- ✓ обеспечение клиенту возможности заказать услуги Общества и произвести оплату за них онлайн;
- ✓ обеспечение клиенту возможности подать обращение/жалобу в Общества через автоматизированную форму.

5.1.4. Основной функционал официальных групп Общества в социальных сетях:

- ✓ Предоставление оперативной информации о новостях компании и отрасли, изменениях в законодательстве, тарифах и т.п.
- ✓ обеспечение клиенту возможности получить оперативную консультацию по интересующим вопросам;
- ✓ обеспечение клиенту возможности передать текущие показания приборов учёта;
- ✓ обеспечение клиенту возможности подать обращение/жалобу в Общества через функции: «Сообщения сообщества» («ВКонтакте») и «Сообщения» («Facebook»), либо посредством сообщения на стене группы.
- ✓ обеспечение клиенту заказать услуги Общества.

5.1.4. Общество намерено расширять возможности виртуального обслуживания клиентов с учётом развития технологий и пожеланий клиентов.

## ***Раздел 5.2. Организация обработки интерактивных обращений***

5.2.1. Интерактивное обслуживание обеспечивает:

- ✓ возможность предоставления справочной информации большому количеству клиентов;
- ✓ дополнительный канал взаимодействия с Обществом для клиентов, имеющих доступ в Интернет;
- ✓ удовлетворение запросов клиентов на оказание/изменение услуг;
- ✓ информирование клиентов о новостях Общества, изменениях в ценовой политике, изменениях в перечне предоставляемых услуг;
- ✓ индивидуальный подход благодаря ведению электронного диалога с каждым клиентом в отдельности;
- ✓ автоматизированные сервисы заказа услуг и их оплаты.

5.2.2. Раздел «Для клиентов» предоставляет клиенту возможности:

- ✓ провести самостоятельный поиск по базе «Вопросов-ответов» либо задать вопрос специалисту Общества в разделе «Виртуальная приёмная»;
- ✓ узнать адреса и контакты клиентских офисов Общества и записаться на приём;
- ✓ подать заявку на получение/изменение услуг;
- ✓ получить информацию по данным, необходимым для расчёта оплаты потребляемой электроэнергии, и т.д.

5.2.3. Клиент может получить интересующую его информацию следующими способами:

- ✓ самостоятельно, посмотрев информацию в соответствующем подразделераздела «Частным клиентам»/ «Корпоративным клиентам» веб-сайта Общества, разделе «Список часто задаваемых вопросов» в «Виртуальной приемной»;
- ✓ задав вопрос через автоматизированную форму.

5.2.4. Самостоятельный поиск интересующей информации осуществляется клиентом:

- ✓ вручную, методом прямого просмотра всех представленных в разделе «Виртуальная приёмная» вопросов и ответов;
- ✓ автоматическим поиском по базе данных вопросов и ответов по ключевому слову.

5.2.5. При необходимости клиент может заполнить автоматизированную форму запроса информации, подачи заявки или жалобы в «Виртуальной приемной», осуществить запрос информации, подать заявку или жалобу через функции «Сообщения сообщества» («ВКонтакте») и «Сообщения» («Facebook»), либо посредством сообщения на стене группы.

5.2.7. Из «Виртуальной приемной» все заявки, жалобы и обращения от клиентов автоматически поступают на электронный адрес специалиста Общества, ответственного за маршрутизацию заявок.

5.2.8. В социальных сетях специалист Общества, ответственный за работу в социальных сетях, проводит мониторинг на предмет появления новых заявок, жалоб и обращений клиентов не реже, чем каждые два часа в течение рабочего дня.

5.2.9. При получении обращения клиента через «Виртуальную приемную» или социальные сети, специалист, ответственный за маршрутизацию:

- ✓ проверяет полноту предоставления клиентом необходимой информации,
- ✓ если данные представлены неполно, связывается с клиентом по одному из указанных им каналов связи для уточнения информации,
- ✓ если данные представлены клиентом полностью, направляет заявку, жалобу, обращение соответствующему специалисту по функциональной и территориальной принадлежности для дальнейшей обработки/исполнения.
- ✓ Производит мониторинг действий, предпринятых обществом по заявке, жалобе, обращению.

5.2.6. Специалисты Общества, ответственные за работу с разделом «Виртуальная приёмная» и за работу в социальных сетях, производят рассмотрение обращений.

- ✓ Если вопрос, заданный клиентом, не относится к сфере предоставления услуг Общества, специалист направляет клиенту ответ с уведомлением о том, что ответ по существу не может быть предоставлен по причине того, что вопрос не относится к сфере деятельности Общества.
- ✓ Если вопрос, заданный клиентом, относится к типовым вопросам, специалист Общества отвечает на вопрос и рекомендует клиенту воспользоваться разделом «Часто задаваемые вопросы» Виртуальной приёмной.
- ✓ Если вопрос, заданный клиентом, выходит за рамки компетенции специалиста, он переадресует вопрос клиента соответствующему специалисту Общества по территориальному или функциональному направлению.
- ✓ Специалист по направлению направляет специалисту ответ в течение 1 рабочего дня с момента получения вопроса.
- ✓ В сложных случаях, если ответ на вопрос клиента не может быть предоставлен в течение 1 рабочего дня, специалист Общества направляет клиенту уведомление об этом с указанием сроков получения ответа.

5.2.9. Письменный ответ направляется клиенту и, если он представляет интерес для других клиентов, публикуется в кратком виде и без персональных данных в соответствующем разделе Виртуальной приёмной.

5.2.10. Устанавливаются следующие типовые параметры предельной продолжительности интерактивного обслуживания клиентов:

<b>Форма взаимодействия</b>	<b>Критерий</b>	<b>Параметр</b>
Виртуальная приёмная	Обновление информации в случае изменения	Не более 1 рабочего дня
Обработка вопроса, обращения	Рассмотрение обращения и оформление ответа	Не более 3 рабочих дней
	Продление рассмотрения обращения в случае необходимости	Не более 10 дней
Обработка жалобы	Рассмотрение обращения и оформление ответа	Не более 20 дней

## **Глава 6. СПЕЦИФИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ**

### **Раздел 6.1. Требования ко взаимодействию с клиентами при осуществлении энергосбытовой деятельности**

6.1.1. Снабжение клиентов электрической энергией регламентируется законодательством Российской Федерации и субъектов Российской Федерации, а также организационно-распорядительными документами Общества с учётом региональной специфики обслуживания.

6.1.2. При подготовке и представлении клиентам платёжных документов для оплаты потреблённой электрической энергии в документе необходимо указать:

- ✓ объём электрической энергии;
- ✓ метод расчёта, использованный при определении суммы платежа, включая порядок расчёта штрафных санкций (пеня, неустойка) за задержку платежа, а также период времени, за который выставляется платёжный документ; составляющие цены на электроэнергию;
- ✓ срок, в течение которого платёжный документ должен быть оплачен (для клиентов -физических лиц);
- ✓ контактную информацию, необходимую клиенту в случае возникновения дополнительных вопросов.

## **Глава 7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ**

### **Раздел 7.1. Организация информационного взаимодействия**

7.1.1. Информационное взаимодействие с клиентами имеет следующие формы:

- ✓ массовое информационное взаимодействие;
- ✓ индивидуальное информационное взаимодействие по запросу;
- ✓ предоставление информации по инициативе Общества.

7.1.2. Массовое информационное взаимодействие заключается в размещении в СМИ публикаций о деятельности Общества, проведении разнообразных PR-кампаний, направленных на информирование широкой общественности (настоящие и потенциальные клиенты, партнёры и сотрудники) о деятельности Общества, возможных каналах связи и т.д. Базовыми инструментами массового информационного взаимодействия с аудиторией являются СМИ и социальные медиа.

7.1.3. Индивидуальное информационное взаимодействие заключается в предоставлении консультаций по запросу клиента. Информация, имеющая прямое отношение к предоставляемым клиенту услугам, должна предоставляться ему по первому требованию вне зависимости от информационного канала и в удобной для клиента форме.

7.1.4. Консультации предоставляются по следующим вопросам:

- ✓ сроки выполнения действий, входящих в компетенцию Общества;
- ✓ перечень документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию Общества;
- ✓ размер оплаты услуг (тарифы, льготы и т.д.);
- ✓ комплектность (достаточность) представленных документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию Общества;
- ✓ источник получения документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию Общества (орган, организация и их местонахождение);
- ✓ время приёма и выдачи документов;
- ✓ порядок обжалования действий (бездействия) и решений, осуществляемых и принимаемых в ходе исполнения функций Общества.

7.1.5. Предоставление клиентам информации, как по запросу клиента, так и по инициативе Общества, осуществляется через очные, заочные и интерактивные каналы информационного взаимодействия. Сроки предоставления информации соответствуют вышеуказанным срокам ответов на обращения клиентов (главы 3-6).

7.1.6. По инициативе Общества клиентам предоставляется два типа информации:

- ✓ справочная информация;
- ✓ напоминания и сообщения.

7.1.7. К справочной информации в том числе относятся:

- ✓ извлечения из законодательных и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы, регулирующие деятельность Общества;
- ✓ настоящий Стандарт;
- ✓ порядок и условия внесения платежей по договору энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности)) и иным договорам с Обществом;
- ✓ возможные последствия нарушения обязательств по оплате электрической энергии в виде введения частичного и/или полного ограничения режима потребления электроэнергии;
- ✓ порядок и условия приёма показаний приборов учёта и последствия вывода из строя приборов учёта или их отсутствия;
- ✓ размер и порядок расчёта стоимости электрической энергии, действующих тарифах и льготах;
- ✓ перечень услуг, предоставляемых Обществом;
- ✓ перечни документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию сотрудников Общества;
- ✓ образцы оформления документов и требования к ним;
- ✓ месторасположение, график (режим) работы, номера телефонов, адреса Интернет-сайтов и электронной почты организаций, в которых клиентам предоставляются документы, необходимые для выполнения действий, входящих в компетенцию Общества;
- ✓ схемы размещения, контакты специалистов Общества и режим приёма ими клиентов;
- ✓ порядок получения консультаций;
- ✓ порядок получения информации о состоянии процесса заключения договора с клиентом;
- ✓ порядок обжалования решений, действий или бездействия сотрудников, исполняющих действия, входящие в компетенцию Общества.

7.1.8. К напоминаниям/сообщениям относится информирование:

- ✓ о наличии у клиента задолженности по оплате электрической энергии;
- ✓ о приближении срока оплаты за предоставленные услуги;
- ✓ об изменении тарифов или правил предоставления услуг;
- ✓ об окончании срока действия договора/контракта энергоснабжения.

7.1.9. Очное информирование осуществляется через информационные стенды, информационные терминалы и мониторы, расположенные в клиентских офисах, настольные буклеты, напольные стойки, а также брошюры, распространяемые там же.

7.1.10. На информационных стендах, информационных терминалах, мониторах, настольных буклетах, напольных стойках и в распространяемых в помещениях клиентских офисов брошюрах клиенты могут ознакомиться со справочной информацией о деятельности компании.



7.1.11. В качестве напоминаний применяется адресное распространение информационных листовок с указанием ФИО клиента и суммой задолженности за предоставленные услуги.

7.1.12. Заочное информирование включает в себя направление клиентам платёжных документов для оплаты электроэнергии и процедуру обзвона клиентов персоналом Общества, закреплённым за соответствующей группой клиентов, или с использованием системы автоинформатора.

7.1.13. Интерактивное информирование включает в себя справочную информацию, размещённую на веб-сайте и в официальных группах Общества в социальных сетях.

## ***Раздел 7.2. Порядок размещения справочной информации на стендах***

7.2.1. В отделении/участке/клиентском офисе размещаются стенды «О компании», «Частным клиентам», «Корпоративным клиентам» и «Товары и дополнительные услуги», выполненные в едином корпоративном стиле.

7.2.2. Стенд **«О компании»:**

«Наша компания». Общая информация об Обществе.

«Новости компании». Актуальная информация.

«Контактный центр»/«горячая линия». Информация, телефоны и график работы.

«Официальный сайт»: Информация, в т.ч. о виртуальной приемной и интернет-адрес.

«Личный кабинет клиента». Информация о сервисе и интернет-адрес.

«Будьте бдительны». Информация об удостоверении личности сотрудника Общества.

«Руководство клиентского офиса». Информация о руководителе клиентского офиса, графике работы и приема клиентов, в т.ч. руководством офиса. Указывается единственный электронный адрес, по которому клиенты могут обращаться в компанию/отделение – адрес Виртуальной приёмной на официальном сайте. Электронный адрес отделения/участка/клиентского офиса не указывается.

7.2.3. Стенд **«Частным клиентам»:**

«Оформление договора энергоснабжения». Необходимые документы, порядок заключения договора, порядок переоформления лицевого счёта.

«Оформление льготы». Необходимые документы, порядок оформления (при необходимости). Нормативы потребления электроэнергии для граждан-потребителей.

«Тарифы на электроэнергию». Актуальная информация о действующих тарифах, Постановления Правления РЭК. Образец заполнения извещения (счёта-квитанции).

«Порядок подачи обращений, предложений и жалоб на действия Гарантирующего Поставщика».

«Места и способы оплаты». Информация о способах оплаты и пунктах приёма платежей.

«Приём показаний приборов учёта». Способы передачи показаний, а также проверки, замены и установки приборов учёта, информация о последствиях вывода их из строя или их отсутствия.

«Не платите?». Порядок оплаты и возможные последствия нарушения обязательств по оплате электрической энергии.

#### 7.2.4. Стенд «Корпоративным клиентам»:

«Оформление договора энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности))». Необходимые документы, порядок заключения.

«Порядок расчётов и оплаты». Информация о порядке расчётов и оплаты за электрическую энергию (мощность).

«Технологическое присоединение». Необходимые документы, порядок оформления, акт разграничения балансовой принадлежности.

«Учёт электроэнергии». Требования к организации учёта для потребителей мощностью > 670 кВт.

«Приём показаний приборов учёта». Способы передачи показаний, а также проверки, замены и установки приборов учёта, информация о последствиях вывода их из строя или их отсутствия. Размещается информация о способе передачи показаний через личный кабинет для корпоративных клиентов и где можно узнать о порядке подключения к ЛКК.

#### 7.2.5. Стенд «Товары и дополнительные услуги»:

Информация об основных дополнительных (возмездных) услугах, оказываемых Обществом.

«Часто задаваемые вопросы». Часто задаваемые вопросы по энергоснабжению и ответы на них.

«Рекомендуемые типы приборов учёта».

7.2.6. В случае нехватки пространства для размещения стендов в клиентском офисе допускается размещение справочной информации в настольных буклетах или напольных стойках.

7.2.7. На стендах не размещаются объёмные документы, такие как Стандарт обслуживания клиентов, многостраничный прейскурант на дополнительные товары и услуги, постановления правительства и другие законодательно-нормативные акты РФ.

7.2.8. Распечатанные копии постановлений правительства и других законодательно-нормативных актов РФ не размещаются в клиентском зале, а предоставляются сотрудниками клиентского зала по запросу клиента.

7.2.9. Бланки типовых договоров энергоснабжения размещаются в клиентском зале в печатном виде в доступном для клиентов месте.

7.2.10. Декларация прав клиента/настоящий Стандарт (при отсутствии Декларации прав клиента) размещается в печатном виде в перекидной папке (наименование документа оформлено в корпоративном стиле) в клиентском зале в доступном и видимом для клиентов месте.

7.2.11. Книга отзывов и предложений размещается в настенном кармашке (наименование документа оформлено в корпоративном стиле) в клиентском зале в доступном и видимом для клиентов месте.

7.2.12. Прейскурант на товары и дополнительные услуги размещается в печатном виде в перекидной папке (наименование документа оформлено в корпоративном стиле) в клиентском зале в доступном и видимом для клиентов месте.

7.2.13. Копии заявлений на подключение к личному кабинету частного клиента размещены в клиентском зале.

7.2.14. Копии заявлений на подключение к личному кабинету корпоративного клиента размещены в зоне обслуживания корпоративных клиентов.

7.2.15. Листы, на которых указаны примеры заполнения различных заявлений, размещенные в клиентском зале, ламинируются во избежание их истирания.

## **Глава 8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ**

8.1. По отношению клиента и Общества обратная связь подразделяется на:

- ✓ активную (клиент является инициатором обратной связи);
- ✓ пассивную (Общество обращается к клиенту для выяснения степени его удовлетворённости обслуживанием).

8.2. По способу выражения обратная связь подразделяется на:

- ✓ жалобы;
- ✓ предложения;
- ✓ отзывы о деятельности.

8.3. Обратная связь осуществляется по следующим каналам связи:

- ✓ устные и письменные обращения клиентов (в том числе записи в «Книге отзывов и предложений»);
- ✓ телефонные обращения (в том числе обращения, направленные факсимильной связью);
- ✓ виртуальная приёмная;
- ✓ электронная почта;
- ✓ автоответчик.

8.4. Обращение клиента по любым интерактивным каналам связи является бесплатным.

8.5. Активная обратная связь выражается в самостоятельном проявлении инициативы клиентом в предоставлении своего мнения о качестве обслуживания, соблюдении процесса обслуживания в компании.

8.6. Специалисты Общества систематизируют и анализируют все направленные клиентами жалобы, предложения и отзывы.

8.7. Для изучения мнения клиентов о качестве обслуживания на регулярной основе (не реже 1 раза в год) проводятся опросы, фокус-группы и др.

8.8. Отчёты по итогам изучения степени удовлетворённости клиентов доводятся до сведения руководства компании и других заинтересованных сторон путём размещения:

- ✓ на сайте Общества;
- ✓ на информационных стендах в клиентских офисах;
- ✓ в периодической печати.

## **Глава 9. МОНИТОРИНГ УДОВЛЕТВОРЁННОСТИ КЛИЕНТОВ КАЧЕСТВОМ ОБСЛУЖИВАНИЯ**

9.1. Мониторинг удовлетворённости клиентов качеством обслуживания проводится в целях определения областей улучшения деятельности, разработки и осуществления мер по наиболее полному удовлетворению требований и ожиданий клиентов. Мониторинг проводится на основе анализа полученной информации о качестве обслуживания и деятельности Общества в целом.

9.2. Объектом мониторинга является удовлетворённость клиентов следующими сторонами деятельности организации:

- ✓ качество обслуживания клиентов,
- ✓ информирование об услугах,
- ✓ прохождение запросов, договоров или заявок на оказание услуг, включая изменения к ним,
- ✓ обратная связь с клиентами, включая жалобы,
- ✓ репутация Общества.

9.3. Для контроля качества обслуживания клиентов Общества проводятся следующие мероприятия:

- ✓ аудиторские проверки качества обслуживания,
- ✓ проверки методом «тайный покупатель»,
- ✓ разработка анкет и опросных листов для оценки качества обслуживания,
- ✓ проведение интервьюирования клиентов,
- ✓ проведение анкетирования клиентов в клиентских офисах и на веб-сайте Общества,
- ✓ анализ обращений и жалоб,
- ✓ размещение в каждом клиентском офисе книги отзывов и предложений,
- ✓ контрольные звонки по жалобам для проверки удовлетворённости клиентов качеством отработки жалоб,
- ✓ фокус-группы и др.

9.4. Анкеты для изучения удовлетворённости клиентов разрабатываются специалистами Общества на основе предварительно составленных вопросников с учётом потребности в исследовании конкретных показателей.

9.5. Результаты интервью фиксируются в письменном виде, анализируются и обобщаются.

9.6. Оценка удовлетворённости клиентов может быть проведена на основе:

- ✓ сравнения показателей с аналогичными показателями других организаций;
- ✓ сравнения показателей по различным видам услуг, процессам, сегментам рынка;
- ✓ определения тенденций в динамике показателей.

9.7. Мониторинг удовлетворённости клиентов на основе данных, полученных в ходе проведения опросов, фокус-групп и др., подлежит систематическому контролю и анализу.

9.8. Результаты мониторинга рассматривают при проведении анализа со стороны руководства Общества не реже одного раза в год для определения необходимых корректирующих и предупреждающих действий.