

*Приложение №1
к Приказу ООО «PKS-Холдинг»
от 07.04.2021г. №37*

**Стандарт качества обслуживания клиентов
в Управляемых обществах
ООО «PKS-Холдинг»**

**Москва
2021 год**

Оглавление

1. Область применения	4
2. Термины и определения, сокращения	4
3. Цель	8
4. Задачи	8
5. Организация системы обслуживания клиентов	8
5.1. Политика взаимодействия и принципы	8
5.2. Основные параметры и критерии взаимодействия с клиентами	9
5.3. Информационное обеспечение обслуживания клиентов	10
5.4. Формы обслуживания клиентов	11
5.5. Организация очного обслуживания клиентов	12
5.5.1. Задачи и функции очного обслуживания потребителей	12
5.5.2. Требования к инфраструктуре при очном обслуживании	12
5.5.3. Требования к помещению Центров единого обслуживания	12
5.5.3.1. Общие требования к помещению	12
5.5.3.2. Требования к территории для стоянки автотранспорта потребителей услуг	13
5.5.3.3. Требования к планировке и конструктивным решениям помещения	13
5.5.3.4. Функциональные группы помещения ЦЕО	13
5.5.3.5. Требования к оформлению ЦЕО	15
5.5.3.6. Перечень информации, размещаемой в офисах очного обслуживания	15
5.5.4. Требования к оснащению офисов очного обслуживания оборудованием и мебелью	17
5.5.5. Требования к рабочему пространству клиентской зоны	18
5.5.6. Требования к организации рабочих мест сотрудников	19
5.5.7. Требования к персоналу, осуществляющему очное обслуживание клиентов	19
5.5.7.1. Правила делового этикета	19
5.5.7.2. Внешний вид сотрудников при очном обслуживании клиентов	21
5.5.8. Типовой алгоритм и рекомендуемая продолжительность очного обслуживания клиентов	22
5.6. Организация заочного обслуживания	24
5.6.1. Организация инфраструктуры заочного обслуживания	24
5.6.2. Организация инфраструктуры заочного обслуживания посредством телефонной связи	24
5.6.2.1. Функциональные требования к Call-центру	26
5.6.2.2. Требования к оснащению рабочего места оператора Call-центра	28
5.6.2.3. Функциональные требования к АРМ оператора Call-центра	28
5.6.3. Требования к персоналу Call-центра	29
5.6.3.1. Правила делового этикета сотрудников Call-центра	29
5.6.3.2. Характеристика речи во время разговора	30
5.6.3.3. Речевые приемы	30
5.6.3.4. Типовой алгоритм заочного обслуживания по телефону	31
5.6.3.5. Управление конфликтами	33
5.6.3.6. Требования к IVR-меню	34
5.6.4. Организация интерактивного обслуживания через интернет	35
5.6.4.1. Информация, размещаемая на сайте УО	35
5.6.4.2. Алгоритм ответов на обращения клиентов, поступающих через сайт УО	37
5.6.4.3. Услуги, оказываемые УО, посредством Интернета и сроки их исполнения	38
5.6.5. Интерактивные услуги, оказываемые клиентам с помощью сервиса «Личный кабинет»	39
5.6.6. Организация обслуживания клиентов посредством почтовой переписки или писем, направляемых по электронной почте	40

5.6.7. Интерактивные услуги, оказываемые клиентам с помощью сервиса «Автоинформирование»	40
5.6.7.1. Требования к системе интерактивного обслуживания	41
5.7. Требования к организации обратной связи с клиентами	43
6. Требования к автоматизации процессов обслуживания потребителей	44
7. Порядок работы с обращениями	46
7.1. Порядок обработки и сроки исполнения обращений	46
7.2. Контроль сроков исполнения обработки обращений	49
8. Оценка и контроль качества клиентского сервиса	50
8.1. Цель и задачи контроля качества клиентского сервиса	50
8.2. Объекты контроля	50
8.3. Методы контроля	50
8.4. Формы для сбора и фиксации информации, отчетные формы	51
8.5. Формирование отчетов и мотивированных заключений о состоянии уровня сервиса и предложений о его улучшении	51
9. Ответственность должностных лиц	51
10. Заключительные положения	51
<i>Таблица 1. Норматив площади операционного зала ЦЕО</i>	14
<i>Таблица 2. Требования к оснащению ЦЕО оборудованием и мебелью</i>	17
<i>Таблица 3. Алгоритм очного обслуживания клиентов</i>	22
<i>Таблица 4. Продолжительность очного обслуживания клиентов ЦЕО</i>	23
<i>Таблица 5. Перечень услуг (процессов) заочного обслуживания посредством телефонной связи по уровням поддержки Call-центра</i>	25
<i>Таблица 6. Функциональные требования к Call-центру УО</i>	26
<i>Таблица 7. Требования к оснащению рабочего места оператора Call-центра</i>	28
<i>Таблица 8. Функциональные требования к АРМ оператора Call-центра</i>	28
<i>Таблица 9. Алгоритм заочного обслуживания по телефону</i>	31
<i>Таблица 10. Критерии и параметры оценки средней и предельной продолжительности взаимодействия с клиентами</i>	34
<i>Таблица 11. Перечень услуг (процессов) заочного обслуживания посредством Интернета и сроки исполнения</i>	38
<i>Таблица 12. Требования к системе интерактивного обслуживания</i>	41
<i>Таблица 13. Временные параметры для различных форм взаимодействия с клиентами</i>	44
<i>Таблица 14. Автоматизированные системы/модули поддержки очного и заочного сервисов</i>	44
<i>Таблица 15. Классификация обращений</i>	49
<i>Приложение №1 Стандарт оформления ЦЕО ГК РКС</i>	52
<i>Приложение №2 Стандартные формы документов для размещения на информационных стендах</i>	53

1. Область применения

Настоящий Стандарт качества обслуживания клиентов в Управляемых обществах ООО «РКС-Холдинг» (далее-Стандарт) является внутренним нормативным документом и применяется на всех уровнях управления Управляемых обществ ООО «РКС-Холдинг».

Настоящий стандарт устанавливает в Управляемых обществах ООО «РКС-Холдинг» (далее – УО) требования к:

- организации процесса обслуживания потребителей услуг;
- организации процесса раскрытия информации;
- бизнес-процессам очного и заочного взаимодействия с потребителями услуг;
- этикету обслуживания потребителей услуг;
- проведению исследований для оценки качества клиентского сервиса и анализа полученных результатов;
- контролю за соблюдением качества оказываемых услуг и обслуживания потребителей услуг УО.

Настоящий стандарт распространяется на взаимоотношения структурных подразделений УО при взаимодействии с лицами, являющимися потребителями услуг УО по основному виду деятельности, а также иных услуг, оказываемых УО.

Требования настоящего стандарта являются обязательными для исполнения подразделениями, участвующими в процессе взаимодействия с клиентами, и должны учитываться при разработке нормативно-технических и организационно-распорядительных документов УО.

При противоречии между иными внутренними организационно-распорядительными документами, утвержденными в УО, регламентирующими деятельность в части взаимодействия с потребителями, и настоящим стандартом, применяются положения и требования настоящего стандарта.

В настоящем стандарте учтены требования следующих нормативных правовых актов:

- Гражданский кодекс Российской Федерации.
- Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. №2300-1 О защите прав потребителей.
- Федеральный закон от 2 мая 2006 г. №59-ФЗ О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации.
- Федеральный закон от 27.07.2006 г. №153-ФЗ О персональных данных.
- Правила предоставления коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 06.05.2011 N 354.
- Правила, обязательные при заключении управляющей организацией или товариществом собственников жилья либо жилищным кооперативом или иным специализированным потребительским кооперативом договоров с ресурсоснабжающими организациями, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 14.02.2012 N 124.
- Правила холодного водоснабжения и водоотведения, утвержденные Постановлением Правительства Российской Федерации от 29.07.2013 N 644.

Стандарт предназначен для применения в УО.

2. Термины и определения, сокращения.

Применительно к настоящему Стандарту используются следующие термины и определения:

Абонент (потребитель) – физическое или юридическое лицо, индивидуальный предприниматель, обратившееся по телефонному номеру call-центра.

Администратор – сотрудник центра единого обслуживания клиентов, осуществляющий первичный прием и диспетчеризацию посетителей офиса центра единого обслуживания клиентов.

Автоинформатор - техническая система автоматического оповещения большого количества клиентов с целью доведения до них типовой информации.

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

Голосовой почтовый ящик – техническая возможность Call-центра оставить адресату голосовое сообщение абонентом телефонной сети.

Дополнительные услуги – услуги, оказываемые УО, не относящиеся к основным видам деятельности УО.

ЕПД - Единый Платежный Документ.

Жалоба - направленное клиентом в адрес компании или должностного лица компании 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 УО, в том числе по телефону, почте или через сети Интернет. Заочное обслуживание осуществляют Call-центра, и сотрудник УО в компетенции которого находится вопрос;

Заявитель – индивидуальный предприниматель, юридическое или физическое лицо, заявившее о намерении получить услугу.

Заявка на оказание услуг – заявка юридического лица /физического лица/индивидуального предпринимателя, направленная в УО с целью получения услуги, и комплект документов, предоставление которого необходимо для получения услуги в соответствии с нормами действующего законодательства.

Интерактивное обслуживание – заочное обслуживание потребителей с использованием сети Интернет;

Интернет-приёмная - интерактивная приёмная для клиентов на веб-сайте. Может создаваться в форме Интернет-портала, т.е. совокупности веб-страниц с повторяющимся дизайном, объединённых по смыслу, навигационно и физически находящихся на одном веб-сервере.

Клиент – юридическое или физическое лицо, а также исполнители коммунальных услуг и ресурсоснабжающие организации;

Клиентоориентированный подход – подход к организации бизнеса, в котором достижение стратегических целей и устойчивой прибыльности УО основано, в том числе, на обеспечении лояльности потребителей услуг.

Клиентский ящик – ящик, предназначенный для сбора письменной корреспонденции (писем, анкет), устанавливаемый в доступных для потребителей местах.

Консультация – устная или письменная реакция в ответ на, соответственно, устное или письменное обращение потребителя услуг, содержащее запрос на предоставление консультации или справочной информации по вопросам деятельности УО.

Личный кабинет потребителя – совокупность адресных информационно-интерактивных сервисов в части взаимодействия с потребителями услуг по основному виду деятельности, дополнительным услугам и прочим вопросам.

Маршрутизация звонка – направление звонка аппаратно-программными средствами в соответствии с заданными правилами маршрутизации: в очередь ожидания, интерактивное голосовое меню или к оператору.

Обращение - направленное клиентом в адрес УО или должностного лица УО письменное или устное предложение, заявление или жалоба. Обращение может быть запросом о предоставлении информации и т.п.;

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

Очное обслуживание - обслуживание клиентов посредством личного контакта с сотрудниками УО;

Обратная связь – процесс получения информации от потребителя, содержащей его мнение о деятельности УО, качестве предоставленных услуг или качестве обслуживания сотрудниками УО.

Опрос (анкетирование) – метод сбора первичной информации путем опроса респондентов (самостоятельного заполнения анкеты респондентом).

Отзыв – обращения потребителей услуг, которые содержат оценку предоставленных услуг, качества обслуживания сотрудниками УО, а также других компонент обслуживания.

Открытые данные – информация, размещенная в сети "Интернет" в виде систематизированных данных, организованных в формате, обеспечивающем ее автоматическую обработку без предварительного изменения посетителем, в целях неоднократного, свободного и бесплатного использования.

Официальный сайт организации – сайт в сети Интернет, содержащий информацию о деятельности УО, электронный адрес которого включает доменное имя, права на которое принадлежит УО или управляющей организации, в состав которой входят УО.

Паспорт услуги (процесса) – документ, содержащий систематизированную в хронологическом порядке информацию об этапах и о сроках оказываемой потребителям услуги (осуществляемого процесса), порядок определения стоимости, а также описание результата с указанием нормативных правовых актов, регламентирующих оказание соответствующей услуги (осуществление процесса).

Персональные данные потребителя услуг – информация, относящаяся к определенному или определяемому на основании такой информации лицу (субъекту персональных данных). К персональной информации физического лица относятся: совокупность паспортных данных, фамилия, имя, отчество потребителя; год, месяц, дата и место рождения; адрес регистрации; для юридического лица – совокупность наименования организации, Ф.И.О. руководителя, реквизиты организации.

Период пиковой нагрузки (Busy Hour, Peak Hour) – период времени в сутки, когда фиксируется наибольшая нагрузка на номер Call-центра.

Потребитель услуг (абонент, клиент) – потребитель услуг по основному виду деятельности или оказании других видов услуг.

Респондент – участник исследования (опроса, анкетирования и др.), являющийся источником первичной эмпирической информации об изучаемых явлениях и процессах.

Рекламно-информационные материалы – печатные материалы, информирующие клиентов об услугах, предоставляемых УО, о порядке взаимодействия с клиентами, режиме работы УО и пр.;

Рекламно-информационные носители – элементы внутреннего оформления УО и «Центра Единого обслуживания», предназначенные для размещения рекламно-информационных материалов (такие как информационные стенды и т.д.);

Система обслуживания клиентов - совокупность взаимосвязанных процессов, трудовых и информационных ресурсов, которые направлены на обеспечение предоставления потребителям услуг надлежащего качества;

Сайт – объединённая под одним адресом (доменным именем или IP-адресом) в сети Интернет совокупность электронных документов (файлов).

Система автоинформирования – автоматизированная система Call-центра по оповещению большого числа абонентов в целях доведения до них типовой информации.

Система аудиозаписи – система Call-центра, осуществляющая запись всех телефонных переговоров сотрудников УО с потребителями услуг.

Управляемое общество (УО) – общество, принявшее решение о передаче полномочий единоличного исполнительного органа общества управляющей организации и заключившее с управляющей организацией договор о передаче полномочий единоличного исполнительного органа общества.

Управляющая организация – организация, осуществляющая полномочия единоличного исполнительного органа общества и заключившая с обществом договор о передаче полномочий единоличного исполнительного органа общества.

Холл/коридор – помещение, предназначенное для ознакомления с рекламно-информационными материалами и размещения клиентов УО или «Центра Единого обслуживания» на период ожидания;

Центр обработки телефонных вызовов (call-центр) - совокупность оборудования, программного обеспечения, работников, процессов для обеспечения обслуживания клиентов по телефону;

Центр единого обслуживания потребителей (ЦЕО) – офис обслуживания, предназначенный для очного приема обращений потребителей услуг по вопросам предоставления услуг по основному виду деятельности УО, осуществления платежей и создания комфортной, эргономичной среды взаимодействия с потребителями, повышения эффективности обслуживания.

Элементы оформления – элементы, используемые при оформлении УО и «Центра Единого обслуживания» в целях создания комфортных условий для обслуживания клиентов (рекламно-информационные носители, мониторы для демонстрации роликов, кулеры, столы и стойки для клиентов, стулья и пр.);

Электронное обращение (интерактивное) – форма заочного обращения, направленного потребителем услуг в адрес УО по определенным УО каналам связи с использованием сети Интернет, e-mail-сервисов или IVR-систем.

CRM-система (Customer Relationship Management) – система управления взаимоотношениями с клиентом, часть системы управления УО, программное решение, автоматизирующее бизнес-процессы взаимодействия с потребителями и позволяющее проводить анализ этих процессов.

Intelligent Contact Manager (ICM) – система автоматического интеллектуального распределения вызовов, включающая в том числе функции отслеживания состояния операторов, маршрутизации или помещения в очереди входящих вызовов, взаимодействие с клиентскими и серверными приложениями, сбор статистики для создания отчетов и прочее.

Interactive Voice Response (IVR) – интерактивная информационно-справочная система предварительно записанных голосовых сообщений, выполняющая функцию маршрутизации звонков по категориям внутри Call-центра, автоматического информирования по запросам абонента с помощью тонального набора.

Short Message Service (SMS) – служба коротких сообщений, технология, позволяющая осуществлять приём и передачу коротких текстовых сообщений.

3. Цель.

Целью настоящего Стандарта является установление норм и правил взаимодействия с клиентами, единых требований к качеству обслуживания, оптимизация и формализация процедур взаимодействия с клиентами, для повышения удовлетворенности качеством обслуживания и достижения высоких уровней внутренней эффективности работы УО в области взаимодействия с клиентами.

Повышение удовлетворенности качеством обслуживания достигается в результате:

- экономии времени и усилий клиента, возможности предоставления клиенту одновременно несколько видов услуг;
- сокращения времени на обслуживание одного клиента (в т. ч. минимизация личных визитов);
- создания комфортных условий и доброжелательного отношения к клиенту;
- упрощения процедуры взаимодействия с клиентами.

4. Задачи.

Основная задача клиентоориентированного подхода – формирование лояльности клиентов к УО за счет доступности услуг, качественного обслуживания клиентов и удовлетворения их потребностей в краткой и долгосрочной перспективе, в том числе:

- развитие клиентоориентированного подхода при формировании стратегических задач УО и осуществлении деятельности;
- повышение качества оказываемых услуг и качества обслуживания клиентов;
- создание системы контроля сроков и качества оказания услуг;
- организация регулярной «обратной связи» с клиентами.

5. Организация системы обслуживания клиентов.

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

5.1. Политика взаимодействия и принципы.

Политикой взаимодействия с клиентами, органами власти и сотрудниками в качестве целевого ориентира определено внедрение клиентоориентированного подхода в деятельность УО и повышение доверия со стороны клиентов.

Политикой взаимодействия с клиентами, органами власти и сотрудниками определены следующие руководящие принципы:

- *Обеспечение качества и доступности услуг* в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации;
- *Достаточная информированность клиентов* о деятельности УО и услугах. Полная и достоверная информация обо всех процедурах взаимодействия с УО носит публичный характер, предоставляется в доступной форме для клиентов. Данный принцип предупреждает необходимость обращения клиента в УО для получения справочной информации и консультаций, и, как следствие, снижение транзакционных затрат УО.
- *Территориальная доступность и комфортные условия очного сервиса УО.* Расположение инфраструктурных элементов очного сервиса (центрального офиса УО и «Центра Единого обслуживания») обеспечивает доступность обслуживания потребителей услуг. Очный сервис удобный для всех групп клиентов и организован с соблюдением Единых стандартов качества обслуживания клиентов.
- *Доступность и оперативность заочного и электронного (интерактивного) обслуживания.* УО обеспечивает доступ к телефонному обслуживанию и оперативность реакции на запросы клиентов. К электронному (интерактивному) обслуживанию в сети Интернет организован удобный и скоростной доступ, интерфейс и инструментарию интерактивного сервиса интуитивно понятны для клиентов.
- *Квалифицированное обслуживание.* Организация всех форм сервиса обеспечивает высокий уровень квалификации и компетенции обслуживающего персонала УО.
- *Прозрачность бизнес-процессов обслуживания потребителей и объективность рассмотрения жалоб клиентов.* Бизнес-процессы обслуживания потребителей формализованы, описаны и прозрачны для обеспечения контролируемости и управляемости процедур взаимодействия с клиентами. УО обеспечивает объективное и непредвзятое рассмотрение жалоб в установленные сроки, возможность обжалования решений, порядок которого доводится до клиента в соответствии с принципом достаточности и информирования.

5.2. Основные параметры и критерии взаимодействия с клиентами.

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;
- минимизация времени, затраченного на обслуживание, в том числе посредством минимизации очных контактов с клиентами компании;
- оперативность реагирования на жалобы и обращения;
- полнота, актуальность и достоверность информации, мультиканальность предоставления информации.

Ключевым критерием взаимодействия с клиентами является обеспечение качества клиентского обслуживания. В настоящем Стандарте устанавливаются следующие критерии качества клиентского обслуживания:

- Полнота, актуальность и достоверность информации об объеме, порядке предоставления и стоимости услуг характеризуется индикатором «Информативность».
- Исполнение в установленный срок всех процедур, предусмотренных Стандартом и другими организационно-распорядительными документами по реализации клиентской политики, в том числе по рассмотрению обращений и жалоб клиентов характеризуется индикатором «Исполнительность».
- Наличие эффективной обратной связи с клиентами, позволяющей в разумные сроки разрешать возникающие в процессе деятельности вопросы, в том числе связанные с качеством и стоимостью оказываемых услуг характеризуется индикатором «Результативность обратной связи».
- Наличие разнообразных форм обслуживания клиентов, удобное расположение офисов характеризуется индикатором «Доступность услуг».

Порядок выставления и применения оценок по перечисленным критериям регламентируется отдельным организационно-распорядительным документом.

УО несёт ответственность за соблюдение вышеуказанных критериев своими подрядчиками, если таковые привлекаются к обслуживанию клиентов. Подрядчик выстраивает свою работу исходя из требований Стандарта.

Критерии качества обслуживания клиентов могут носить как объективный, так и субъективный характер. Методом оценки объективных критериев является однозначное соответствие или несоответствие проверяемого объекта данному критерию. Методом оценки субъективных критериев является обработка статистической информации на основе отзывов клиентов.

Подтверждение соответствия требованиям Стандарта осуществляется проведением внутреннего аудита (силами собственного персонала) или внешних консультантов – мониторинга удовлетворенности потребителей. Мониторинг удовлетворенности потребителей проводится в целях определения областей улучшения деятельности, разработки и осуществления мер по наиболее полному удовлетворению требований и ожиданий клиентов (юридических и физических лиц).

Ответственность за проведение замера уровня удовлетворенности потребителей возлагается на Главных управляющих директоров – руководителей обособленных структурных подразделений. Замер уровня удовлетворенности должен проводиться не реже одного раза в год по единой Методике, утвержденной Приказом по Группе компаний ООО «РКС-Холдинг».

Результаты мониторинга документируются и служат основой для определения необходимости корректирующих действий, планирования и внедрения мер по улучшению системы обслуживания клиентов и определения рейтинга УО по уровню лояльности клиентов.

5.3. Информационное обеспечение обслуживания клиентов.

Информационное взаимодействие с клиентами имеет следующие формы:

- массовое информационное взаимодействие;
- индивидуальное информационное взаимодействие по запросу клиента;
- предоставление информации по инициативе УО.

Массовое информационное взаимодействие заключается в проведении разнообразных PR-кампаний, направленных на информирование клиентов (в том числе потенциальных),

общественности, партнеров и сотрудников о деятельности УО, существующих каналах коммуникации.

Основными инструментами массового информационного взаимодействия с клиентами (юридическими и физическими лицами) являются средства массовой информации, сайт компании, информационные стенды в офисах приема клиентов УО.

Индивидуальное информационное взаимодействие заключается в предоставлении консультаций по запросу клиента. Информация, имеющая прямое отношение к оказываемым клиенту услугам, должна предоставляться ему по первому требованию в удобной для клиента форме.

По инициативе УО клиентам предоставляется два типа информации:

- справочная информация;
- напоминания/сообщения.

К *справочной* информации относятся:

- извлечения из законодательных и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы, регулирующие деятельность УО и партнеров УО;
- настоящий Стандарт;
- перечни документов, необходимых для выполнения действий входящих в компетенцию сотрудников УО;
- 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 УО;
- адреса и режим работы «Центра Единого обслуживания», УО и пунктов приема клиентов.
- порядок информирования о ходе исполнения обращений;
- порядок получения консультаций;
- порядок обжалования решений, входящих в компетенцию УО;
- иные сведения, предусмотренные законодательством Российской Федерации.

К *напоминаниям/сообщениям* относится информирование:

- о наличии задолженности;
- о вводе режима ограничения жилищно-коммунальных услуг;
- о необходимости передачи показаний ПУ
- об изменении тарифов или правил предоставления услуг;
- о формировании нового извещения-квитанции за очередной расчетный период в Личном кабинете (при выборе клиентом соответствующей услуги);
- иная информация, предусмотренная действующим законодательством Российской Федерации.

Предоставление информации по инициативе УО заключается в обучении клиентов электронным сервисам с целью оказания услуг в онлайн режиме.

Задача обучения – объяснить клиентам, как пользоваться электронными сервисами и какие задачи можно решить с их помощью.

Обучение электронным сервисам должно осуществляться в центрах обслуживания клиентов с периодичностью не реже двух раз в неделю ответственными специалистами.

Ответственность за организацию обучения клиентов в офисах обслуживания несут начальники отделов продаж ЦЕО.

5.4. Формы обслуживания клиентов.

Система обслуживания клиентов (юридических и физических лиц) включает две формы обслуживания клиентов: очный сервис и заочный. УО обязано организовать возможность взаимодействия с клиентами всеми перечисленными ниже способами. Ответственность за реализацию этой обязанности несет руководитель подразделения по взаимодействию с клиентами.

Очное обслуживание осуществляется посредством личного контакта клиентов с сотрудниками УО, в компетенцию которых входит взаимодействие с клиентами (далее - сотрудник). При очном обслуживании каналами коммуникаций являются: «Центр Единого обслуживания», подразделения (отделы) УО в чью компетенцию входит очное взаимодействие с клиентами при оказании услуг.

Заочная форма обслуживания осуществляется без личного контакта клиентов (юридических и физических лиц) с сотрудниками. При заочной форме обслуживания клиентов используются следующие каналы коммуникации: Call-центр, Интернет-приемная, Личный кабинет клиента, e-mail сервисы, почта и клиентский ящик.

5.5. Организация очного обслуживания клиентов

5.5.1. Задачи и функции очного обслуживания потребителей

Задача очного сервиса УО - обеспечение качественного обслуживания посредством:

- оптимизации бизнес-процессов очного обслуживания путем сокращения сроков и количества повторных посещений потребителем ЦЕО;
- соблюдения Единых стандартов качества обслуживания потребителей, регламентов и требований настоящего стандарта;
- обеспечения качества обслуживания при оказании услуг и комфортных условий ожидания;
- высокого уровня квалификации сотрудников, непосредственно задействованных в бизнес-процессах оказания услуг потребителям услуг УО;
- организации комплексного подхода к обслуживанию и развития дополнительных сервисов на площадках ЦЕО и пунктов по работе с потребителями в соответствии с их ожиданиями.

5.5.2. Требования к инфраструктуре при очном обслуживании

Организационной основой системы очного обслуживания клиентов является внутренняя структура УО.

Инфраструктура очного обслуживания должна обеспечивать территориальную доступность сервиса УО для потребителей.

Очное обслуживание потребителей посредством личного контакта осуществляется в ЦЕО, а также, в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации, с выездом к потребителю работника УО.

УО обеспечивают обслуживание потребителей с соблюдением требований к организации ЦЕО.

Очное обслуживание потребителей в ЦЕО ведется по предварительной записи на официальном сайте УО либо через сервис Личный кабинет и в порядке живой очереди с использованием системы электронного управления очередью.

Прием потребителей в ЦЕО производится по скользящему графику с 8-00 до 20-00, без перерыва. При наличии объективных причин, влияющих на результативность работы, рекомендовано организовать работу ЦЕО в выходные дни в режиме неполного рабочего дня.

5.5.3. Требования к помещению Центров единого обслуживания

5.5.3.1. Общие требования к помещению

- Помещение ЦЕО должно располагаться в социально благополучном районе максимально доступном для населения месте, в нежилых помещениях в местах с развитой инфраструктурой, на первой линии домов по отношению к дороге, на первом этаже здания, не далее 500 метров от остановки общественного транспорта.
- При размещении помещений ЦЕО в одном здании с другими организациями, должна обеспечиваться их взаимная планировочная изоляция и автономное функционирование.
- Помещения должны предусматривать наличие самостоятельных наружных входов, либо независимого режима работы, при размещении отдельного помещения внутри здания.
- Следует предусматривать инженерно-технические мероприятия гражданской обороны и мероприятия по предупреждению чрезвычайных ситуаций.
- При выборе помещений для размещения ЦЕО необходимо предусматривать меры, облегчающие доступ и пребывание в помещении и здании сотрудникам и потребителям маломобильных групп населения.

5.5.3.2. Требования к территории для стоянки автотранспорта потребителей услуг

- Количество парковочных мест для автомобилей потребителей услуг ЦЕО: не меньше 5 мест.

5.5.3.3. Требования к планировке и конструктивным решениям помещения

- Ширина коридоров определяется требованиями к путям эвакуации и условиями транспортировки ценностей, материалов, мебели и оборудования. При этом она должна быть не менее 1,4 м для нового строительства и не менее 1,2 м – при реконструкции.
- Высота помещений от пола до потолка должна быть не менее 3 м, высота коридоров и холлов должна быть не менее 2,4 м. Если офис, размещается в жилом здании или в административно-бытовом здании, то высота не менее 2,2 м.
- Организован отдельный вход для потребителей.
- Если помещение ЦЕО расположено вне зданий, принадлежащих УО, то помещение должно быть оборудовано пультовой централизованной охраной в ночное время, кнопкой тревожной сигнализации, а также системой видеонаблюдения.
- Функционально-планировочное зонирование помещения ЦЕО должно обеспечивать:
 - ✓ оптимальное распределение потока потребителей услуг при обслуживании;
 - ✓ зонирование по уровням ограничения доступа потребителей;
 - ✓ минимальную протяженность технологических маршрутов движения документов;
 - ✓ удобное расположение сотрудников по рабочим зонам для оперативного взаимодействия друг с другом в рамках бизнес-процессов по обслуживанию потребителей услуг и обработки обращений.

5.5.3.4. Функциональные группы помещения ЦЕО

Помещение ЦЕО должно содержать следующие функциональные группы:

- Входная группа (вестибюль, холл) – зона помещения перед входом в служебную зону обслуживания, предназначенная для первичного приема и распределения потоков посетителей. Входная группа должна быть оборудована стойкой администратора, которая должна располагаться в непосредственной видимости от центрального входа в помещение ЦЕО.
- Учетно-операционная группа – зона, в которой непосредственно осуществляется обслуживание потребителей услуг. Учетно-оперативная группа состоит из операционного зала и зала ожидания (клиентская зона), офисных помещений, помещений инженерно-технического назначения и вспомогательных помещений. Если помещения под ЦЕО занимают более одного этажа, то операционный зал и зал ожидания должны располагаться на первом этаже и иметь отдельный вход для посетителей.

В операционном зале размещаются сотрудники УО, осуществляющие очное обслуживание потребителей услуг. Площадь служебной зоны в операционном зале следует принимать из расчета не менее 4.5м² на каждого работника, при работе с компьютером, расположенным в этой зоне.

Зал ожидания посетителей должен быть оборудован местами для ожидания приема, информационными стендами, в том числе стендом с указанием Плана-схемы размещения рабочих мест сотрудников, осуществляющих прием потребителей услуг, а также столами (стойками) для заполнения документов. Площадь зала ожидания, а также зоны для посетителей в операционном зале, рекомендуется принимать из расчета по 6 м² на каждого работника, ведущего непосредственное обслуживание потребителей услуг.

Если в помещении размещен принтер или сканер, необходимо учитывать расстояние перед техникой и позади нее. Расстояние перед техникой должно быть не менее 1м., а позади нее не менее 60 см.

Норматив площади операционного зала Центра единого обслуживания рассчитывается исходя из общего количества абонентов и нормативной численности специалистов, занятых обслуживанием абонентов. Рекомендуемый норматив площади операционного зала ЦЕО представлен в таблице 1 настоящего Стандарта.

Таблица 1. Норматив площади операционного зала ЦЕО¹

Общее количество абонентов ФЛ, чел.	100000	200000	300000	400000
Общая площадь операционного зала (в т. ч. служебная зона и зона для посетителей), м ²	68-96	128-180	196-276	255-360
Общее количество абонентов ЮЛ, чел.	2000	5000	10000	20000
Общая площадь операционного зала (в т. ч. служебная зона и зона для посетителей), м ²	11 -12	32-36	63-72	137-156

Офисные помещения - помещения для работы сотрудников ЦЕО включают кабинеты и общие рабочие помещения сотрудников структурных подразделений УО и компаний-участников.

Вспомогательные помещения – санитарные узлы, помещение для совещаний и переговоров, помещение для архивов документов и комнаты для приема пищи (буфет).

Санитарные узлы для сотрудников и посетителей должны быть отдельные. Количество са-

¹ Без учета площади, необходимой для размещения принтера или сканера

Санитарных узлов для сотрудников в помещении определяется в зависимости от количества сотрудников и процентного соотношения мужчин и женщин. Площадь одного санитарного узла для сотрудников не менее 6 м². Санитарные узлы для посетителей должны иметь указатели, их площадь - не менее 8 м². В случае отсутствия возможности организации отдельного санузла для посетителей в ЦЕО должен быть предоставлен свободный доступ к санитарным узлам для сотрудников ЦЕО.

В зданиях ЦЕО с количеством сотрудников до 12 человек должна быть предусмотрена комната приема пищи. Площадь комнат для приема пищи рекомендуется принимать из расчета не менее 0,8 м² на каждого сотрудника. При числе сотрудников более 12 человек должен быть организован буфет.

При необходимости в помещении ЦЕО организуются следующие вспомогательные помещения:

- ✓ помещение для совещаний и переговоров.
- ✓ помещение для архивов документов.
- ✓ кладовые производственного назначения
- ✓ помещения инженерно-технического назначения.

5.5.3.5. Требования к оформлению ЦЕО

Центральный вход в здание ЦЕО должен быть оборудован вывеской «Центр единого обслуживания», выполненной в соответствии с оформлением элемента наружной рекламы корпоративного стиля с логотипом УО с указанием почтового адреса, графика работы, адреса электронной почты, телефона ЦЕО и Call -центра.

Вывеска ЦЕО может быть размещена двумя вариантами, в зависимости от архитектуры здания: непосредственно над входной дверью или на фронтальной части навеса над крыльцом.

Если на площадке ЦЕО оказывает услуги компания-участник, то на центральном фасаде здания или в зоне «входной группы» должна быть размещена информационная табличка, содержащая наименование организации-участника ЦЕО с указанием формы собственности.

Информационная табличка режима работы ЦЕО оформляется в соответствии с оформлением элемента наружной рекламы корпоративного стиля УО и размещается на центральном фасаде здания или на входной двери в помещение ЦЕО.

По пути к помещениям для приема посетителей должны располагаться указатели прохода, оформленные в соответствии с элементом наружной рекламы корпоративного стиля.

В операционном зале ЦЕО должны размещаться вывески с обозначением мест очного приема потребителей, служебных помещений, не предназначенных для очного приема потребителей, а также вывески на окнах обслуживания потребителей около рабочих мест работников. Вывески оформляются согласно корпоративному стилю.

Визуализация оформления офисов ЦЕО представлена в презентации «Стандарты оформления центров единого обслуживания ГК РКС» (*Приложение № 1 к настоящему Стандарту*)

5.5.3.6. Перечень информации, размещаемой в офисах очного обслуживания

Перечень информации, размещаемой в офисах очного обслуживания с целью информирования клиентов по вопросам оказываемых (предоставляемых) услуг:

- Информация, **обязательно** размещаемая на информационных стендах (стойках):
- Информация о последствиях недопуска потребителем исполнителя или уполномоченного им лица в согласованные дату и время в занимаемое потребителем жилое (нежилое) поме-

щение или домовладение для проведения проверки состояния прибора учета и достоверности ранее переданных потребителем сведений о показаниях приборов учета;

- Информация о последствиях несанкционированного вмешательства в работу прибора учета, расположенного в жилом или нежилом помещении потребителя, повлекшего искажение показаний прибора учета или его повреждение, и несанкционированного подключения оборудования потребителя к внутридомовым инженерным системам или к централизованным сетям инженерно-технического обеспечения;
- Информация, **рекомендуемая для размещения** на информационных стендах (стойках):
- Наименования, адреса и телефоны органов исполнительной власти (их территориальных органов и подразделений), уполномоченных осуществлять контроль за соблюдением Правил предоставления коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых;
- Сведения об исполнителе - наименование, место нахождения (адрес его постоянно действующего исполнительного органа), сведения о государственной регистрации, режим работы, адрес сайта исполнителя в сети Интернет, а также адреса сайтов в сети Интернет, на которых исполнитель в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации, обязан размещать информацию об исполнителе, фамилия, имя и отчество руководителя;
- Адреса и номера телефонов диспетчерской, аварийно-диспетчерской службы исполнителя;
- Размеры тарифов на коммунальные ресурсы, надбавок к тарифам и реквизиты нормативных правовых актов, которыми они установлены;
- Информация о праве потребителей обратиться за установкой приборов учета в организацию, которая в соответствии с Федеральным законом "Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" не вправе отказать потребителю в установке прибора учета и обязана предоставить рассрочку в оплате услуг по установке прибора учета, а также сведения о такой организации, включая ее наименование, место нахождения и контактные телефоны;
- Порядок и форма оплаты коммунальных услуг, сведения о последствиях несвоевременного и (или) неполного внесения платы за коммунальные услуги, отсутствия прибора учета;
- Показатели качества коммунальных услуг;
- Предельные сроки устранения аварий и иных нарушений порядка предоставления коммунальных услуг, установленные законодательством Российской Федерации;
- Сведения о максимально допустимой мощности приборов, оборудования и бытовых машин, которые может использовать потребитель для удовлетворения бытовых нужд;
- Информация об обязанности потребителя сообщать исполнителю коммунальных услуг об изменении количества зарегистрированных граждан в жилом помещении;
- Сведения о необходимости собственнику нежилого помещения в многоквартирном доме заключить в письменной форме договор ресурсоснабжения с ресурсоснабжающей организацией, а также о последствиях отсутствия такого договора в указанные сроки;
- Срок и порядок снятия потребителем показаний индивидуальных, общих (квартирных), комнатных приборов учета и передачи сведений о показаниях исполнителю или уполномоченному им лицу;
- Информация о применении платы за коммунальную услугу, предоставленную потребителю

в жилом или нежилом помещении за расчетный период, в случае непредставления потребителем сведений о показаниях приборов учета;

- Типовые формы договоров на предоставление коммунальных услуг для различных категорий граждан;
- Перечень документов, необходимых для заключения договора на предоставление коммунальных услуг;
- Образцы заполнения Заявлений.

Информационные материалы для размещения в офисах ЦЕО должны соответствовать утвержденному формату. (Приложение № 2 к настоящему Стандарту)

Ответственность за анализ полноты и актуальности информации, представленной на информационных стендах в ЦЕО лежит на руководителе центра обслуживания клиентов.

5.5.4. Требования к оснащению офисов очного обслуживания оборудованием и мебелью

Требования к оснащению ЦЕО типовым оборудованием и мебелью приведены в таблице 2 настоящего Стандарта.

Таблица 2. Требования к оснащению ЦЕО оборудованием и мебелью.

Оборудование/ мебель	Количество	Примечание
Система видеонаблюдения	Количество единиц оборудования определяется в зависимости от количества функциональных групп помещений ЦЕО, но не менее 1 шт. на ЦЕО	Система видеонаблюдения устанавливается с целью организации безопасного рабочего пространства, контроля над офисными помещениями, сотрудниками, обеспечения пожарной и санитарной безопасности, предупреждения хищения ценностей.
Информационный сенсорный киоск	1 шт. (в случае предоставления дополнительных услуг или присутствия компаний-участниц на площадке ЦЕО)	Информационный сенсорный киоск должен обеспечивать предоставление типизированной информации клиентам УО. Информация должна актуализироваться еженедельно и отображать наиболее востребованную справочную информацию об услугах. Информационный киоск может быть размещен в зале ожидания клиентов.
Система электронной очереди (СЭО)	1 шт. (в случае наличия на площадке ЦЕО более чем 4 окна обслуживания)	Система программно-аппаратных средств, позволяющая оптимизировать управление потоками и очередями потребителей в ЦЕО.
Персональный компьютер	по 1 шт. на сотрудника	На компьютере должны быть установлены стандартные приложения и обеспечен доступ ко всем корпоративным информационным системам, которые необходимы для качественного исполнения должностных обязанностей.
Телефонный аппарат	1 шт. на сотрудника ЦЕО	Телефонные аппараты должны поддерживать возможности установленной мини-АТС: переадресацию вызова, удержание линии и конференц-связь, а также определение номера.

Многофункциональное копировально-печатное устройство (МФУ)	Не менее 1 шт. на структурное подразделение	МФУ должно обеспечивать скорость печати (копирования) не менее 25 страниц в минуту в черно-белом режиме.
Сканер	Количество единиц оборудования определяется в зависимости от количества сотрудников ЦЕО и заявок на оказание услуг, поступающих в ЦЕО, но не менее 1 шт. на ЦЕО	Для сканирования пакета документов по заявкам на оказание услуг. Скорость сканирования в цветном режиме – не менее 17 стр. в минуту, скорость сканирования в черно-белом режиме не менее 34 стр. в минуту.
Цветной принтер	1 шт.	Для печати раздаточного материала для потребителей
Устройства для вывода визуальной информации (плазменная панель, монитор, информационное табло и т.д.)	1 шт.	Для отображения информации о вызове клиента к специалисту (эл. очередь) и демонстрации роликов с необходимой информацией о УО, основных услугах, а также имиджевых роликов.
Терминал для приема оплаты услуг	1 шт. на ЦЕО	Для приема оплаты услуг
Кассовый аппарат	Не менее 1	Для приема оплаты за коммунальные услуги
Стол рабочий с тумбой	Не менее 1 на каждого сотрудника	Стол должен отвечать общим требованиям эргономики, иметь тумбу с выдвижными ящиками
Кресло офисное	1 шт. на каждого сотрудника	
Шкаф для одежды	Не менее 1 на 4-х сотрудников	Шкаф должен обеспечивать размещение верхней одежды и головных уборов не менее 4-х сотрудников
Шкаф для документов	Не менее 1 на 4-х сотрудников	Шкаф картотечный либо металлический офисный для хранения документации, служебной или деловой информации
Стул для посетителя	Не менее 1-го на каждое рабочее место, предназначенное для приема посетителей. Не менее 1 на каждые 2-х человек средней очереди	Стул для посетителей полумягкий
Стол для посетителя	Не менее 1-го на ЦЕО	Стол для заполнения форм документов посетителями. Обязательно наличие на столе канцелярских принадлежностей.
Сейф	По необходимости	Для хранения документов, печатей, штампов
Тумба под оргтехнику	1 шт. на каждую единицу оргтехники	

Стенд информационный настенный	Не менее 1 шт.	Стенд информационный предназначен для размещения информационных материалов, разъяснений, образцов заполнения документов, визиток и т.д.
--------------------------------	----------------	---

5.5.5. Требования к рабочему пространству клиентской зоны

Рабочее пространство клиентской зоны должно соответствовать следующим требованиям:

- Чистый пол, стены, окна, подоконники;
- Достаточная освещенность помещения (се лампы искусственного освещения должны быть в рабочем состоянии);
- Отсутствие мусора в помещении (на полу на мебели);
- Отсутствие пыли и грязи на всех рекламных и информационных носителях;
- Мебель для клиентов должна поддерживаться в хорошем состоянии (без сколов, поломок);
- Платежный терминал, система электронной очереди и прилегающая к ним зона должны быть чистыми;
- Отсутствие несанкционированных материалов (в том числе рекламных) в помещении. Все размещаемые в ЦЕО материалы должны быть согласованы с Управляющим обществом.
- Все информационные и другие таблички, указатели должны соответствовать утвержденному формату.

5.5.6. Требования к организации рабочих мест сотрудников

- принадлежности (ручки, папки, стаканчики для ручек, линейки, подставки, компьютерные коврики, мышки и пр.) выдержанные в строгом деловом стиле (не ярких цветов, без привлекающих внимание элементов, без блесток и пр.);
- Размещать документы, необходимые в работе, в порядке, обеспечивающем быстрое нахождение нужной информации;
- Иметь комплект рекламных материалов, сформированных для клиентов;
- Иметь отдельную пишущую ручку для клиентов;
- Устанавливать монитор компьютера таким образом, чтобы информация не смогла стать доступной клиенту;
- Во время присутствия на рабочем месте располагать документы вне зоны свободного прочтения посторонними лицами;
- На время отсутствия на рабочем месте убирать используемые в работе документы в закрывающиеся ящики, шкафы, либо лотки. По окончании рабочего дня убирать используемые в течение дня документы в шкафы или ящики столов;
- На время отсутствия на рабочем месте блокировать экран монитора одновременным нажатием Win+L;
- Уничтожать любые документы (например, содержащие ошибки), содержащие конфиденциальную информацию, включая информацию о Клиенте, не допуская возможности восстановления содержащихся в них данных;
- Сотрудникам, осуществляющие обслуживание клиентов в ЦЕО запрещено:
- Выносить документы, в том числе утратившие актуальность за пределы офиса, передавать сторонним людям;

- Располагать на рабочем месте, либо в зоне видимости Клиентов, предметы, не относящиеся к основной деятельности: сумки, посуду, журналы/газеты, продукты питания, парфюмерию, верхнюю одежду и обувь, а также сувениры и фотографии;
 - Выбрасывать в урны деловые бумаги, содержащие информацию, которую можно свободно прочесть.
- Ответственность за соблюдение чистоты на рабочих местах сотрудников несет руководитель ЦЕО.

5.5.7. Требования к персоналу, осуществляющему очное обслуживание клиентов

5.5.7.1. Правила делового этикета

Правила делового этикета не абсолютны - они рассчитаны на то, что в каждом конкретном случае их применяют исходя из ситуации. **Неизменным в любой ситуации остается уважение к клиенту, здравый смысл и рациональность поведения сотрудника. Сотрудник в своём лице представляет компанию и отношение компании к клиенту.**

- В процессе обслуживания клиентов следует соблюдать следующие правила:
- Вести себя вежливо и корректно. Недопустимо повышение голоса и оскорбления.
- Поддерживать зрительный контакт с клиентом на протяжении всего процесса обслуживания.
- В момент обслуживания сотруднику необходимо устанавливать «зрительный контакт» с клиентом.
- Первым приветствовать клиента.
- Обращаться к клиенту по имени и отчеству на «ВЫ», вне зависимости от его возраста и социального положения, это подчеркивает вежливое и уважительное отношение компании к клиенту.
- Применять только понятную для клиентов лексику.
- Слушать клиента внимательно, не перебивая.
- До конца выяснить вопрос, по которому обратился клиент, и предложить оптимальный вариант решения его проблемы, чтобы клиенту не пришлось обращаться повторно.
- Проявлять эмпатию по отношению к клиенту.
- Относиться ко всем клиентам ровно и выдержанно вне зависимости от личных симпатий и антипатий.
- Информировать клиента, если нет возможности оперативно ответить на вопрос.
- Оговаривать с клиентом точное время, которое потребуется на выполнение определенных действий.
- При выявлении ошибок, допущенных со стороны УО, принести клиенту извинения за причиненные неудобства.
- Предоставлять клиенту важную и сложную для запоминания информацию в письменном виде (перечень документов, телефон Call-центр и пр.).
- Соблюдать субординацию с руководителями, коллегами, особенно в присутствии Клиентов.
- В случае, когда сотрудник ЦЕО, у которого звонит телефон, ведет очное обслуживание присутствующего клиента, телефонный звонок должен быть переадресован кому-либо из коллег: телефонный звонок не должен быть оставлен без внимания и ответа.

- На этапах общения с клиентами запрещено:
- Использовать жевательную резинку или конфеты.
- Порочить репутацию УО, коллег, руководства. Жаловаться или критически высказываться, перекладывать ответственность на других сотрудников, обвинять их в совершении ошибок и некомпетентности.
- Принимать пищу, в том числе и любые напитки на рабочем месте.
- Шуметь и громко разговаривать на рабочем месте.
- Принимать личные звонки по мобильному телефону.
- Вести любую деятельность, не относящуюся к обслуживанию клиентов.
- Вести посторонние (личные) разговоры, выяснять отношения, спорить с коллегами в присутствии Клиентов.
- Использовать интернет в личных целях, читать любую литературу, не относящуюся к работе; принимать и отправлять СМС-сообщения; слушать музыку; заниматься маникюром и макияжем.
- Покидать рабочее место в момент обслуживания клиента без предупреждения и объяснения причин, а также без согласия клиента.
- Проявлять негативные эмоции в присутствии Клиента.
- Использовать слова паразиты, уменьшительные формы слов («денежки», «документик» и пр.), негативно окрашенные слова («невозможно», «нельзя», «проблема» и пр.).
- В присутствии клиентов обсуждать политические, религиозные или национальные вопросы.
- Разговаривать о клиентах в третьем лице, в том числе обсуждать внешность, поведение и другие характеристики Клиентов.
- Игнорировать клиента (его присутствие, потребности, интересы, просьбы).
- Критиковать клиента, иронизировать или насмехаться над клиентом.
- Оскорблять клиента, приказывать или угрожать ему.
- Навязывать клиенту свое мнение, возражать ему в резкой и грубой форме.
- Перебивать Клиента, за исключением использования Клиентом крайне грубой и громкой формы общения и оскорблений личности Сотрудника и Руководства.

5.5.7.2. Внешний вид сотрудника при очном обслуживании клиентов

Сотрудники фронт-офисов должны соблюдать чистоту и опрятность. Одежда должна быть чистой, свежей, неизношенной и выглаженной. Обязательно соблюдение правил личной гигиены. Волосы, лицо и руки должны быть чистыми и ухоженными, прическа аккуратная, не экстравагантная. Используемые парфюмерные и дезодорирующие средства должны иметь легкий или нейтральный запах.

Сотрудники фронт-офисов должны соблюдать дресс-код, установленный в компании:

- Строгая блузка для женщин и рубашка для мужчин белого цвета.
- Шейный платок для женщин, галстук для мужчин с элементами корпоративного стиля.
- Брюки и юбки классического покроя. Юбки средней длины (минимальная длина юбки на 3 сантиметра выше колена).
- Допускается ношение жилетов, пиджаков, джемперов строгого покроя, не ярких цветов.
- Обувь классических моделей, спокойных тонов.

Сотрудники фронт-офисов должны носить бейдж, в течение всего рабочего дня и (или)

иметь настольный бэйдж, содержащий логотип компании с фирменным наименованием, фамилию, имя, отчество и должность сотрудника. Бэйдж должен быть расположен в видимом клиентом диапазоне (на груди сотрудника).

Сотрудникам фронт-офиса запрещено:

- Ношение одежды из джинсовой ткани и спортивной одежды.
- Ношение одежды из прозрачных и полупрозрачных тканей, блесток, аппликаций, прозрачных вставок и других элементов вечерней одежды.
- Ношение спортивной обуви либо обуви, выглядящей как спортивная, а также пляжной обуви, сандалий.
- Использование сильно пахнущих парфюмерных средств.

5.5.8. Типовой алгоритм и рекомендуемая продолжительность очного обслуживания клиентов

Алгоритм обслуживания клиентов создан для того, чтобы структурировать стандарты обслуживания клиентов и выстроить их в логическую цепочку.

Для обеспечения эффективной и качественной работы с клиентами в ЦЕО рекомендуется применение алгоритма обслуживания клиентов, указанного в таблице 3 настоящего Стандарта

Таблица 3. Алгоритм очного обслуживания клиентов

Приветствие	<p>Обратить внимание на Клиента:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Показать Клиенту, что его присутствие замечено, т.е. установить с Клиентом визуальный контакт; 2. Показать Клиенту, что искренне рад его видеть - улыбнуться.
	<p>Поприветствовать клиента:</p> <p><i>«Доброе утро!» (до 12.00), «Добрый день!» (с 12.00 до 18.00), «Добрый вечер!» (после 18.00), «Здравствуйте!»</i></p>
	<p>Представиться Клиенту (в случае отсутствия бейджа, настольного бейджа с информацией о сотруднике):</p> <p><i>"Меня зовут"</i></p>
	<p>Персонафицировать обращение с Клиентом (в случае, если Клиент не представился и не предоставил информацию для поиска Клиента в базе):</p> <p><i>"Как я могу к Вам обратиться?"</i></p>
Выявление потребности	<p>Выявить потребность. Поинтересоваться целью визита:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>«Чем я могу Вам помочь?»</i> 2. Дать Клиенту возможность высказать свое обращение. 3. Уточнить потребности Клиента: <i>«Если я Вас правильно понимаю, Вы хотели бы», «То есть Вы хотели бы....»</i>
Консультация и совершение операции (оформление, прием и выдача документов,	<p>Оказать консультацию:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Предоставить необходимую информацию Клиенту по тематике обращения. Предоставляется только проверенная, точная, актуальная информация. 2. Выполнить функции по реализации потребностей Клиента в рамках своих должностных обязанностей (в зоне своей компетенции).

<p>предоставление информационных материалов и пр.)</p>	<p>3. Определить (самостоятельно или с помощью наводящих вопросов), какие дополнительные сервисы, или услуги были бы ему интересны, и предложить их Клиенту (ЛК, электронная квитанция и пр.)</p> <p>4. Если решение вопроса Клиента находится вне зоны компетенции данного Сотрудника, то Сотрудник должен либо перенаправить Клиента к другому специалисту, предоставив Клиенту необходимые контакты, либо сообщить Клиенту, что понял его вопрос и сейчас пригласит другого специалиста. При отсутствии нужного специалиста, сотрудник должен записать контактную информацию Клиента (Ф.И.О., номер телефона или адрес электронной почты, краткое изложение вопроса) для передачи информации соответствующему специалисту. Передать Контактную информацию Клиента при первой возможности.</p>
<p>Завершение обслуживания</p>	<p>Завершение обслуживания:</p> <p>1. Узнать у Клиента, все ли ему понятно, не осталось ли еще каких-либо вопросов: <i>«Если у Вас остались вопросы, я с удовольствием на них отвечу», «Скажите, пожалуйста, все ли вопросы мы обсудили?», «Могу ли я Вам еще чем-то помочь?»</i></p> <p>2. Выразить Клиенту благодарность за то, что он обратился именно к нам: <i>«Спасибо, что обратились к нам...»</i></p> <p>3. Выразить желание продолжить сотрудничество: <i>«Всего Вам доброго!», «Всегда рады видеть Вас.»</i></p>

Данным Стандартом устанавливается рекомендуемая продолжительность очного обслуживания клиентов, указанная в таблице 4 настоящего Стандарта.

Таблица 4. Продолжительность очного обслуживания клиентов в ЦЕО

Содержание этапа работы с клиентом	Время обслуживания
<p>1. Приветствие клиента, обратившегося в офис, выявление его потребности (сути его обращения)</p>	<p>1-3 мин.</p>
<p>2. Консультация клиента:</p> <p>1) при наличии у клиента жалоб или обращений, которые можно разрешить при личном общении с клиентом – предоставление ему необходимой информации для разрешения вопроса;</p> <p>2) если вопрос по обращению клиента не входит в компетенцию сотрудников фронт-офиса или не может быть решен ими - направление клиента к специалистам бэк-офиса.</p>	<p>2-6 мин.</p>

<p>3. Прием заявлений, письменных обращений и ответы на возникающие у клиента вопросы:</p> <p>1) предоставление клиенту дополнительной консультации по его обращению;</p> <p>2) объяснение порядка дальнейших действий;</p> <p>3) предоставление информационных материалов по запросу клиента: перечень документов, необходимых для решения его вопроса (в случае необходимости), сведения об источниках интересующей его информации (сайт компании, Call-центр, информационные стенды), образцы заполнения документов и пр.;</p> <p>4) по возможности – прием документов, не требующих дополнительного времени на проработку</p>	2-6 мин.
<p>Завершение контакта с клиентом, благодарность за обращение в «Центр Единого обслуживания», при необходимости уведомление об ориентировочных сроках направления ответа на обращение клиента</p>	1-2 мин.

Параметр средней продолжительности ожидания в очереди составляет от 10-15 минут. В дни пиковых нагрузок среднее значение критерия «ожидание в очереди» может составлять до 30 минут.

В период пиковых нагрузок (при наличии очереди в клиентском зале и при наличии возможности привлечения других сотрудников клиентского зала) начальник клиентского зала может осуществить перераспределение функций сотрудников для обеспечения приема большего количества клиентов и сокращение очереди.

5.6. Организация заочного обслуживания

5.6.1. Организация инфраструктуры заочного обслуживания

Система заочного обслуживания включает в себя следующие каналы связи: телефон (Call-центр, а также телефоны структурных подразделений (отделов), осуществляющих обслуживание клиентов), Интернет-приемную, Личный кабинет клиента и почтовую переписку, включая электронную почту.

Специалисты, обеспечивающие заочное обслуживание клиентов используют единые информационные базы данных, посредством которых синхронизируется их деятельность и не допускаются повторные запросы информации от клиента.

5.6.2. Организация инфраструктуры заочного обслуживания посредством телефонной связи

В целях организации заочного обслуживания потребителей услуг посредством телефонной связи в УО должно быть обеспечено функционирование центра обработки телефонных вызовов (Call-центр).

Call-центр представляет собой справочную службу, обратившись в которую клиент (юридическое и физическое лицо) может получить информацию по услугам посредством телефонной связи, а также передать необходимую информацию для УО.

Call-центр представляет собой совокупность оборудования, программного обеспечения, сотрудников УО и бизнес - процессов заочного обслуживания потребителей.

Режим работы Call -центра осуществляется на основании распорядительных документов УО.

Целью Call-центра является повышение эффективности прямой и обратной связей УО с потребителями услуг для обеспечения лояльности потребителей и повышения их доверия.

Задачи заочного обслуживания посредством телефонной связи:

- качественное и оперативное обслуживание всех входящих вызовов от потребителей услуг по всем вопросам деятельности УО;
- осуществление исходящих вызовов с целью предоставления ответа по запросу потребителя, проведения опроса потребителей услуг для изучения рынка потенциальных дополнительных сервисов, перспективных направлений развития клиентского сервиса УО, удовлетворенности потребителей качеством оказываемых услуг.

УО при осуществлении заочного обслуживания потребителей с использованием телефонной связи обеспечивает:

- прием и обработку всех входящих телефонных вызовов потребителей в УО;
- осуществление исходящих телефонных вызовов для информирования потребителей и предоставления информации по обращениям потребителей;
- ведение аудиозаписи всех входящих и исходящих разговоров с потребителем, о чем потребитель уведомляется в начале разговора с сотрудником УО и хранение аудиозаписи в течение 1 года;
- доступность и надежность работы телефонных каналов связи;
- регистрацию входящих и исходящих вызовов согласно общим требованиям настоящего раздела.

Основные услуги (процессы), оказываемые Call-центром, для оптимизации бизнес-процессов заочного сервиса распределены по уровням поддержки Call-центра, распределение представлено в таблице 5 настоящего Стандарта.

Таблица 5. Перечень услуг (процессов) заочного обслуживания посредством телефонной связи по уровням поддержки Call-центра.

Перечень услуг (процессов) заочного обслуживания посредством телефонной связи	Сроки
1. Прием и обработка входящих вызовов с использованием интерактивных голосовых меню IVR-системы: ввод текущих показаний счетчика, информация о задолженности	При телефонном вызове потребителя
2. Прием, регистрация, обработка входящих вызовов потребителей с запросом справочной информации и консультаций, по вопросам предоставления ответа потребителю и записи потребителей на прием в ЦЕО	При телефонном вызове потребителя. При отсутствии информации у оператора на момент входящего звонка потребителя, оператор предоставляет ответ потребителю не позднее 4 часов с момента регистрации обращения с запросом
3. Осуществление исходящих вызовов для ответа потребителям на обращения, на которые не было возможности предоставить ответ непосредственно при поступлении обращения	Не позднее 4 часов с момента регистрации обращения с запросом или по факту наступления инициирующего события

4. Прием, регистрация, обработка входящих вызовов потребителей, содержащих жалобу, и предоставление ответа потребителю	При телефонном вызове потребителя. При отсутствии информации у оператора на момент входящего звонка потребителя, оператор предоставляет ответ потребителю не позднее 4 часов с момента регистрации обращения с запросом. Если обращение содержит жалобу и изложенные факты требуют анализа материалов, то оператор предлагает направить в УО обращение в письменной форме или по форме электронного документа
5. Проведение целевых опросов, анкетирования потребителей для оценки качества оказываемых услуг и обслуживания	В соответствии с планом проведения целевых опросов и анкетирования
6. Автоинформирование посредством автодозвона, sms и e-mail оповещения о задолженности по оплате и/или необходимости предоставления показаний приборов учета	По факту наступления инициирующего события
7. Автоуведомление посредством автодозвона, sms и e-mail оповещения при исполнении договоров оказания услуг и т.д.	По факту наступления инициирующего события

5.6.2.1. Функциональные требования к Call -центру

Требования к функционалу Call-центра приведены в таблице 6 настоящего Стандарта.

Таблица 6. Функциональные требования к Call-центру УО

Модуль/функция	Описание
Базовые	
Прием и управление входящими вызовами абонентов	Техническая возможность приема и управления входящими вызовами потребителей услуг: переадресация, удержание, соединение, перевод вызова на других сотрудников, организация конференции
Осуществление и управление исходящих вызовов абонентам	Техническая возможность осуществления и управления исходящих вызовов абонентам: переадресация, удержание, соединение, перевод вызова на других сотрудников, организация конференции
Функция определения номера (ANI - Automatic number identification)	Функция позволяет определить номер, с которого произошел вызов. Если абонент зарегистрирован в базе контрагентов, то в момент поступления звонка оператору вывод информационного сообщения на АРМ оператора с контактными данными абонента.
Прием голосовых сообщений на голосовой почтовый ящик	Модуль голосовой почтовый ящик позволяет оставлять адресату голосовое сообщение абонентом телефонной сети
Система интерактивного голосового меню (IVR)	Система предварительно записанных голосовых сообщений, выполняющая функцию маршрутизации звонков по категориям внутри Call-центра, с использованием информации, вводимой абонентом с помощью тонального набора.

Система автоматического распределения звонков (ACD)	В функции системы входят распределение звонков по телефонным очередям, поиск свободного оператора, дополнительные возможности, связанные с распределением звонка среди группы операторов, поддержка различных форм взаимодействия оператора с абонентом в соответствии с заданными бизнес-правилами, включая представление необходимой информации в автоматическом режиме.
Аудиозапись телефонных переговоров	Система аудиозаписи предоставляет возможность осуществлять аудиозапись всех входящих и исходящих разговоров с абонентами, в том числе переадресованные операторами на сотрудников УО, и привязка файла с аудиозаписью разговора к обращению (документу) в CRM-системе. Также система должна обеспечивать: поиск записей разговоров через систему фильтров; прослушивание разговора во встроенном проигрывателе; возможность экспорта записи разговора в файл; установку правил записи разговоров; хранение записей; архивирование записей по графику или по команде администратора; установку ограничения времени хранения записей.
Модуль отчетности и статистики	Система предоставляет возможность отслеживать параметры вызовов: <ul style="list-style-type: none"> - количество входящих/исходящих запросов; - количество запросов, закрытых системой IVR; - количество запросов, закрытых оператором Call-центра; - количество маршрутизированных запросов по подразделениям; - количество запросов в обработке; - полную статистику переходов запросов из состояния в состояние; - среднее время обработки запроса оператором; - среднее время обработки запроса другими подразделениями УО в случае переадресации вызова; - среднее время использования системы IVR. По указанным параметрам система должна формировать любую типовую отчетность, а также предоставляет удобный инструмент для дополнительных отчетных форм для анализа трудоемкости, загруженности, эффективности работы операторов.
Система автодозвона абонентов	Система предоставляет возможность осуществлять исходящие вызовы в автоматическом режиме потребителям услуг из сформированного списка для предоставления типизированной информации в виде голосового сообщения.
Модуль sms-сервиса	Система позволяет использовать sms-сервис, в том числе sms-оповещение, sms-уведомление потребителей.
Система защиты конфиденциальных данных	Система позволяет организовать защиту конфиденциальных данных.
Дополнительные	
Система интеллектуального распределения звонков (ICM)	Система интеллектуальной маршрутизации вызова позволяет по собранным и имеющимся данным о потребителе, о загрузке линии и операторов осуществлять: <ul style="list-style-type: none"> - адресацию вызова по оптимальному маршруту; - динамическое управление приоритетом звонка в очереди; - маршрутизацию на основе уровня знаний оператора; - условную маршрутизацию вызова, - маршрутизацию вызовов на основе данных, полученных от системы CRM;

Система преобразования текста в речь (TTS)	Система предоставляет возможность абонентам получать информацию от Call-центра в удобном для восприятия виде. Системы TTS используются, когда предоставляемая информация потребителю имеет уникальный, не повторяющийся характер и ее нельзя представить в виде набора фраз.
Система распознавания речи (ASR)	Система предоставляет возможность абонентам предоставить информацию УО через Call-центр, например, для предоставления текущих показаний приборов учета.
Система упреждающего дозвона (PD - Predictive Dialer)	Система позволяет оптимизировать процедуру организации массовых исходящих вызовов. Система самостоятельно устанавливает соединение с абонентами из списка, определяет «живой» ответ и передает вызов оператору или на модуль IVR.
Модуль распознавания тоновых нажатий клавиш телефона абонента	Робот на прием показаний счетчиков. Автоматизация круглосуточного сбора показаний приборов учета.
Система автоматического пополнения телефонной базы	Система осуществляет пополнение телефонной базы за счет фиксации телефонных номеров при приеме показаний счетчиков. Привязывает номера к лицевому счету.

Оборудование для создания программной и аппаратной базы Call-центра выбирается исходя из функциональных требований, приведенных в таблице 6, и возможности интеграции с существующими АС в области оказания услуг и обслуживания потребителей услуг.

5.6.2.2. Требования к оснащению рабочего места оператора Call-центра

Рабочее место оператора Call-центра должно быть оборудовано в соответствии с требованиями, представленными в таблице 7 настоящего Стандарта.

Таблица 7. Требования к оснащению рабочего места оператора Call-центра

Оборудование рабочего места оператора	Количество	Примечание
Оборудование		
Персональный компьютер	по 1 шт. на оператора Call-центра	На компьютере должны быть установлены все необходимые стандартные приложения.
Телефонный аппарат	1 шт. на оператора Call-центра	Телефонные аппараты должны поддерживать возможности установленной АТС: переадресацию вызова, удержание линии и конференц-связь, а также определение номера.
Гарнитура	1 шт. на оператора Call-центра	Головная гарнитура представляет собой комбинацию наушников и микрофона. Гарнитура должна обеспечивать защиту от посторонних шумов при обработке вызовов.
Мебель		
Стол рабочий с тумбой	1 шт. на оператора Call-центра	Стол должен отвечать общим требованиям эргономики, иметь тумбу с выдвигаемыми ящиками

Кресло офисное	1 шт. на оператора Call-центра	
----------------	--------------------------------	--

5.6.2.3. Функциональные требования к АРМ оператора Call-центра

АРМ оператора реализуется в виде программного обеспечения и представляет собой визуальное приложение управления вызовами и получения дополнительной информации о звонках и запросах. АРМ должно интегрироваться с необходимыми информационными системами и базами данных УО для минимизации времени обработки вызова. Минимальные функциональные требования к АРМ представлены в таблице 8 настоящего Стандарта.

Таблица 8. Функциональные требования к АРМ оператора Call-центра

№	Функция АРМ
1	Установление исходящих вызовов абонентам и сотрудникам компании в ручном режиме
2	Прием входящих вызовов от абонентов и сотрудников компании
3	Перенаправление установленного соединения на другого оператора, сотрудника компании или IVR-систему в ручном режиме
4	Удержание установленного соединения на время проведения переговоров оператора с сотрудниками компании (сопровождается музыкой)
5	Создание конференций с участием трех и более человек. Участниками конференции могут быть операторы, другие сотрудники компании и абоненты
6	Перенаправление установленного соединения на внешний и внутренний номера, в том числе других операторов
7	Возможность обслуживания нескольких вызовов одновременно
8	Осуществление функции автодозвона
9	Прослушивание голосовой почты
10	Прослушивание записи переговоров с абонентом
11	Отображение истории звонков (входящие, исходящие, пропущенные и не отвеченные вызовы) оператора
12	Отображение последних пропущенных вызовов оператора с возможностью быстрого набора номера пропущенного вызова и занесения его в адресную книгу
13	Отображение списка контактов корпоративной адресной книги
14	Ведение персональной адресной книги с неограниченным количеством записей
15	Мониторинг состояния других операторов (для 1 линии поддержки мониторинг операторов 1 и 2 линий поддержки, для 2 линии поддержки – мониторинг операторов 2 линии)
16	Отображение скриптов (сценариев) переговоров оператора с абонентом с возможностью автоматического сохранения параметров вызова в CRM-систему в качестве параметров обращения (АС по обработке обращений)
17	Отображение списка очередей вызовов
18	Идентификация абонента с доступом к истории взаимодействия
19	Регистрация обращения абонента с сохранением данных по обращениям в CRM-системе с привязкой к контрагенту
20	Автоматическая выдача напоминаний о приближении сроков выполнения по отдельным этапам обработки обращений. Возможность формирования напоминаний вручную
21	Формирование статистической отчетности по поступившим вызовам
22	Возможность ведения базы знаний по основным областям, в рамках которых осуществляется консультирование и информирование потребителей услуг. Оперативный поиск по базе знаний для предоставления ответов по задаваемым потребителями вопросам в процессе регистрации обращений
23	Формирование анкет для опроса потребителей
24	Проведение групповых телефонных опросов и телемаркетинга

5.6.3. Требования к персоналу Call-центра

5.6.3.1. Правила делового этикета сотрудников Call-центра

- Доброжелательность. Оператор всегда должен быть доброжелателен и спокоен. Оператор всегда должен быть на ступень выше своего собеседника по эмоциональной окраске: если собеседник доброжелателен, оператор очень доброжелателен; если собеседник нейтрален, оператор доброжелателен; если собеседник агрессивен, раздражен, то оператор как минимум нейтрально-вежлив. При чем этот стандарт для оператора должен быть базовым-что бы не происходило и с какой интонацией не общался бы клиент, специалист Call-центра должен быть спокоен и доброжелателен.
- Вежливость. Профессиональный оператор Call-центра должен быть всегда вежлив. Нельзя вступать в спор с клиентом. Любые конфликтные ситуации необходимо решать в спокойном тоне, обращаясь при этом к клиенту на «Вы». Нельзя намекать на грубость, медлительность или болтливость собеседника, делать ему какие-либо замечания.
- Активное слушание. Оператор всегда демонстрирует свою заинтересованность в теме разговора (путем уточняющих вопросов и промежуточных слов для поддержания беседы), своим собеседником. Ни в коем случае нельзя просто молчать, иначе клиент подумает, что по ту сторону телефонной линии никого уже нет.
- Понятная коммуникация. Оператор должен общаться «на языке» собеседника. Применяемая терминология должна быть понятна Клиенту. В своей речи нельзя использовать техническую терминологию, поскольку большинство пользователей её не понимают. Оператор в процессе общения выявляет терминологию собеседника, какими словами собеседник обозначает предметы и процессы, и использует эти же слова для обозначения этих же предметов и процессов.
- Внимательность. Оператор всегда внимателен по отношению к своему собеседнику. Он следит за тем, чтобы собеседнику было удобно воспринимать информацию-по скорости, по громкости, по эмоциональной атмосфере. Должно-быть удобно записывать под диктовку, удобно диктовать, удобно переспрашивать и при этом не чувствовать себя непонятливым. В процессе общения с клиентами по телефону не допускается:
 - Повышать голос или оскорблять клиента;
 - Использовать просторечные или грубые выражения;
 - Сообщать или намекать клиенту, что его проблема незначительна;
 - Сравнить клиента с другими;
 - Проявлять торопливость, демонстрировать нетерпение;
 - Демонстрировать безразличие к проблеме клиента;
 - Навязывать свою точку зрения, игнорировать высказывания клиента;
 - Посвящать клиента в дела и проблемы коллег, комментировать их действия;
 - Вести телефонный разговор с клиентом с помощью громкой связи;
 - Вести посторонние разговоры с клиентом;
 - Порочить репутацию УО или организаций-партнеров;
 - При выявлении ошибок, допущенных клиентом, высказывать ему претензии. Оператору следует вежливо и доступно объяснить клиенту правильный порядок действий в сложившейся ситуации.

Оператор-это максимально комфортный собеседник, с которым было бы приятно поговорить еще раз.

5.6.3.2. Характеристика речи во время разговора

- Улыбка. Улыбайтесь во время разговора, улыбка всегда слышна при разговоре. Она дает положительный настрой всему разговору и вызывает ответную реакцию.
- Уверенный голос. Говорить следует достаточно громко: оператор должен быть уверен, что его хорошо слышно.
- Темп речи должен соответствовать темпу речи клиента. Человеку легче понимать то, что говорит собеседник с той же скоростью, что и он сам.
- Скорость речи. Речь должна литься ритмично, без больших пауз. Собеседнику комфортнее всего разговаривать с человеком, чья скорость речи такая же, как у него.
- Четкость произношения. Все, что произносит оператор, он проговаривает до каждого звука. Его собеседник не должен напрягаться и вслушиваться.
- Паузы-очень важный инструмент вербальной коммуникации, помогают расставлять акценты. Паузы не должны быть затянуты, так как в момент слишком долгой паузы можно потерять фокус внимания собеседника.

5.6.3.3. Речевые приемы

- Для успешной работы оператору необходимы профессиональные навыки владения речью, в общении оператора с клиентами недопустимы:
 - ✓ Слова с уменьшительно-ласкательными суффиксами: «*Секундочку*», «*Минуточку*», «*Трубочка*», «*Справочка*» и т.п. Фразу «*Минуточка*», «*Секундочка*» необходимо заменить фразой: «*Минуту, пожалуйста*».
 - ✓ Слова-паразиты, которые не добавляют фразе никакой информативности, мешают собеседнику воспринимать смысл сказанного: «*Вот*», «*ну*», «*Так сказать*», «*Как бы*», «*На самом деле*» и пр.
- Иностранные слова или профессиональные термины при общении с клиентами могут использоваться только в тех случаях, когда оператор уверен в том, что клиент полностью понимает его.
- Слова-раздражители, при восприятии которых в воображении собеседника возникают определенные негативные образы: «*Ошибка*», «*Не правильно*», «*Я не в курсе*», «*Я этим не занимаюсь*», «*Ничем не могу помочь*», «*Это Ваши проблемы*», «*Это не моя обязанность*». Фразу: «*Вы должны*» рекомендуется заменить фразами: «*Вы можете/мы можем поступить следующим образом...*».
- Слова и фразы в повелительном наклонении: «*Говорите громче*», «*Перезвоните*», «*Записывайте телефон*», «*Представьтесь*». Указанные слова рекомендуется заменить фразами: «*К сожалению, Вас плохо слышно, могли бы Вы говорить немного громче (перезвонить)*», «*Уточните, пожалуйста, Ваши фамилию, имя и отчество*».
- Не используйте при ответе на звонок фразы: «*Алло*», «*Да*», «*Слушаю*», «*Говорите*», «*Кто это?*», «*Что Вы хотите?*», «*Ждите*».
- Отказы по объективным причинам. Отказ (даже по объективным причинам) создает негативное впечатление у собеседника. Отказывая, оператор должен предложить альтернативу: «*К сожалению, я не могу предоставить информацию по этому вопросу. Мне потребуется минут, чтобы собрать информацию. Позвольте, я перезвоню Вам?*»

- Формулы вежливого отказа: *«Боюсь, что это невозможно...», «К сожалению, это вопрос не имеет решения», «На сегодняшний день это, к сожалению, не представляется возможным».*
- Диктовка информации оператором. При диктовке группы цифр, после каждой группы необходимо делать небольшую паузу для записи. После записи оператор говорит: *«Проверьте, пожалуйста...».* Такое же правило при диктовке адресной информации, перечислении услуг под запись и т.п.
- При уточнениях написания оператор не использует фразу: *«Еще раз, пожалуйста».* Если оператору плохо слышно собеседника, он так и говорит: *«Извините, не расслышал».*

5.6.3.4. Типовой алгоритм заочного обслуживания по телефону

Для обеспечения оптимального качества обслуживания по телефону, операторами Call-центра должен соблюдаться алгоритм обслуживания по телефону, представленный в таблице 9 настоящего Стандарта.

Таблица 9. Алгоритм заочного обслуживания по телефону

Прием звонка	Оператор принимает телефонный вызов. Снимать трубку предпочтительно после первого, но обязательно не позднее 3-го звонка.
Приветствие	1. <i>«Наименование компании, Марина. Здравствуйте / Добрый день /утро / вечер! Чем могу Вам помочь?»</i> В случае, если наименование компании озвучено в IVR-меню (автоинформаторе), оператор не озвучивает наименование компании, а только представляется, приветствует Клиента и выявляет его потребность.
	2. При обращении Клиента по телефону за получением информации о состоянии лицевого счета, необходимо уточнить у Клиента № лицевого счета и адрес: <i>"Подскажите, пожалуйста № Вашего лицевого счета и адрес....."</i>
	Улыбайтесь во время разговора! В случае если клиент отказывается выполнить вышеуказанные требования, специалист УО, «Центра Единого обслуживания», или оператор Call-центра имеет право отказать клиенту в предоставлении запрашиваемой информации.
Предоставление ответа оператором	В случае, если поступает сложный вопрос, подготовка ответа на который требует некоторого времени (более 5 минут), либо по каким-либо причинам дать полный ответ по телефону в момент разговора не представляется возможным, то:
	1. Клиенту сообщается об этом: <i>"Для подготовки ответа мне потребуется мин /часов времени....."</i>
	2. Оператор записывает контактные данные клиента обязуется перезвонить клиенту в течении рабочего дня: <i>"Я перезвоню Вам с течением минут/часов/...."</i>
3. Либо подготовленный ответ направляет на указанный клиентом почтовый или электронный адрес (по согласованию с Клиентом)	

Перевод звонка (соединение со специалистом)	<p>В случае если оператор принял звонок, а клиенту необходимо поговорить со специалистом, недопустимо просить его перезвонить по другому номеру. Оператору необходимо самостоятельно переключить его на нужного сотрудника.</p> <p>Во время переключения оператор должен связаться с нужным Сотрудником, сообщить ему ФИО клиента и изложить суть вопроса. Вернуться к разговору, поблагодарить абонента за ожидание и сообщить ему, в какой отдел или на какого сотрудника его переключают.</p>
	<p>При необходимости перевода звонка на специалиста оператор совершает следующие действия:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Предупреждает клиента о том, что переведет вызов на другого специалиста: <i>"Сейчас я переведу Ваш звонок на другого специалиста. Как я могу Вас представить? Одну минуту, пожалуйста"</i> 2. Связывается с нужным сотрудником и сообщает ему ФИО клиента, излагает суть вопроса;
	<p>Если специалист не может ответить или отсутствует: Оператор возвращается к разговору с Клиентом: <i>«К сожалению ФИО сейчас занят и освободиться через.....часов/минут, могу я оставить для него сообщение?/ «Соединяю Вас с его заместителем».</i></p>
	<p>Если линия занята, оператор сообщает клиенту: <i>«К сожалению, линия занята, вы подождете или могу я оставить сообщение для него/неё?»</i></p>
	<p>Если вопрос важный, оператор переводит вызов на другого сотрудника, уполномоченного решать данные проблемы: <i>«Одну минуту я соединяю вас с его заместителем».</i></p>
Уточнение, что клиент понял ответ	<p>Оператор уточняет у клиента все ли ему понятно: <i>"Могу ли я Вам еще чем-то помочь?"</i> или <i>"Остались ли у Вас еще вопросы?"</i></p>
Завершение разговора	<p>Оператор в вежливой форме завершает разговор, поблагодарив клиента за звонок: <i>«Спасибо за Ваш звонок! Если у Вас возникнут какие-либо вопросы, пожалуйста, обращайтесь. Всего доброго/До свидания!»</i></p>

5.6.3.5. Управление конфликтами

Когда оператор сталкивается с проявлениями конфликтного поведения со стороны собеседника, его задача состоит в том, чтобы смягчить конфликтную ситуацию и успокоить собеседника, не зависимо от причин, из-за которых она возникла.

Во время разговора следует обращаться к клиенту только на Вы, либо по имени и отчеству. Внимательно выслушать клиента, не перебивать его. Показывать свое участие в беседе. Задавать вопросы собеседнику.

Оператор должен:

- Сохранять спокойствие, демонстрировать вежливость.
- Стараться помочь. Если клиент недоволен, значит, до сих пор этого никто не сделал.
- Не противоречить собеседнику. Дать ему «выпустить пар».
- Не оправдываться. Оправдания только раздражают. Принимайте претензию как факт.

- Не спорить.
- Присоединиться к собеседнику. Показать ему, что его внимательно слушают; вы с ним, а не против него: *«Да, я понимаю вас, ситуация не очень приятная».*
- Показать, что оператор со своей стороны начинает оперативно работать с целью решения инцидента.
- Предложить варианты выхода из ситуации.
Возможные ответы оператора в конфликтных ситуациях:
- Нейтрализующие формулировки при ответе на возражения: *«Спасибо, ФИО клиента, что затронули этот вопрос»*, *«Это никому не понравилось бы»*, *«Да, это существенный момент».*
- Фразы, выражающие понимание: *«Я хорошо понимаю, что...»*, *«Я согласен с тем, что...»*, *«Мне легко представить, что...»*
- Нейтральные открытые вопросы: *«Что именно вы имели в виду?»*, *«Что убедило вас в этом?»*, *«Что конкретно случилось тогда?».*

В конфликтных ситуациях нельзя:

- Брать на себя обучение собеседника хорошим манерам.
- Обращаться к собеседнику снисходительным или высокомерным тоном.
- Принимать негативные эмоции абонента как личное оскорбление и отвечать с личной позиции
- Состязаться с собеседником в остроумии, использовать сарказм;
- Повышать голос, использовать оскорбительные слова и выражения;
- Перебивать собеседника.

Случаи, при которых разрешено прекращение разговора с клиентом:

- Если во время обращения клиент допускает нецензурные либо оскорбительные выражения, высказывает угрозы жизни, здоровью и имуществу оператора Call-центра, общение с ним по телефону прекращается, о чем он предварительно уведомляется: *"Извините, но я вынужден прекратить общение. Всего доброго."*
- В случае, если во время телефонного разговора клиенту уже несколько раз предоставлялся ответ на вопрос, который он продолжает задавать, не приводя новых доводов или обстоятельств, общение с ним по телефону прекращается, о чем он предварительно уведомляется: *"Извините, но я вынужден прекратить общение. Всего доброго."*

Для обеспечения оптимального качества обслуживания руководством компании должны учитываться критерии и параметры оценки средней и предельной продолжительности взаимодействия с клиентами указанные в таблице 10 настоящего Стандарта.

Таблица 10. Критерии и параметры оценки средней и предельной продолжительности взаимодействия с клиентами

Критерий	Параметр (предельное значение)
Максимальное время ожидания ответа оператора с момента выбора категории в системе IVR	5 минут
Запрос и поиск информации о клиенте	45 секунд
Предоставление информации по запросу (за исключением сложных вопросов)	5 минут

Постобработка обращения	5 минут
Время ответа на сложный вопрос (необходимо перезвонить клиенту)	В течение рабочего дня
Соединение со специалистом	40 секунд
Предоставление информации специалистом (за исключением сложных вопросов)	5 минут

5.6.3.6. Требования к IVR-меню

Система предварительно записанных голосовых сообщений, выполняющая функцию маршрутизации звонков по категориям внутри Call-центра должна нести только важную информацию, быть удобной, функциональной и создавать правильный имидж компании.

Основное правило подачи информации – краткость. Хронометраж каждого сообщения не должен превышать 5-15 секунд. Одно сообщение должно быть равно одной мысли. Количество веток меню должно быть не более четырех-пяти. В каждой из них-до трех-четырех уровней. После трех-четырех уровней необходимо перенаправлять абонента на оператора. Информацию необходимо подавать от простого к сложному, каждый следующий уровень ветки должен уточнять данные предыдущего уровня.

Чем меньше опций и пунктов в голосовом меню, тем выше шанс, что абонент дождется ответа оператора.

В голосовом меню должно быть предусмотрено приветствие, включение/выключение функций, возможность оставить голосовое сообщение и обязательный пункт возврата в меню.

Самые частые вопросы должны быть выведены на первые уровни. Необходимо записать отдельное приветствие для тех, кто позвонил в нерабочие часы. В нем должно быть сообщение о графике работы центров обслуживания клиентов и предусмотрена возможность оставить заявку или голосовое сообщение.

5.6.4. Организация интерактивного обслуживания через интернет

Интерактивное обслуживание организуется на базе официального сайта УО, а также сервиса «Личный кабинет».

Структура официального сайта, сроки обновления информации на нем и списки ответственных лиц определяются дополнительными документами УО. Порядок и содержание разделов сайта могут быть изменены в зависимости от потребностей УО и клиентов с целью улучшения качества обслуживания клиентов (юридических и физических лиц). Однако, на каждом сайте должен присутствовать обязательный набор информации, указанный в п. п. 4.6.4.1. настоящего Стандарта. Ответственность за размещение информации на сайте несет администратор сайта.

Сайт компании должен быть оформлен в корпоративном стиле (корпоративные цвета, шрифт, элементы корпоративного стиля).

Сайт должен быть удобен в использовании: навигация на сайте простая, не требует специальных навыков, не вызывает раздражения и дополнительных вопросов клиента.

Структура и функции сервиса «Личный кабинет» могут быть дополнены и изменены в зависимости от потребностей УО и клиентов, изменений законодательства, с целью улучшения качества обслуживания клиентов (юридических и физических лиц).

Интерактивное обслуживание обеспечивает:

- возможность предоставления справочной информации большому количеству клиентов;
- дополнительный способ взаимодействия с компанией клиентов, имеющих доступ в сеть Интернет;
- оперативное информирование клиентов о новостях компании, изменениях в ценовой политике, изменении перечня предоставляемых услуг;
- возможность оперативной оценки и внесения предложений по вопросам взаимодействия с клиентами;
- круглосуточное автоматическое самостоятельное обслуживание клиентов по Интернет-сервисам, работающим в автономном режиме
- требование законодательства в части раскрытия информации для клиентов и акционеров. Интерактивное обслуживание ведется по двум направлениям:
- предоставление справочной информации;
- удовлетворение запросов на оказание услуг.

5.6.4.1. Информация, размещаемая на сайте УО

Публикацию информации на сайте осуществляет администратор сайта.

На сайте раскрывается следующая информация:

- общая информация о УО, «Центре Единого обслуживания» и организациях-партнерах;
- юридические и банковские реквизиты УО;
- сведения о структуре УО;
- основные документы, регулирующие деятельность УО;
- новости УО, «Центра Единого обслуживания» и организаций-партнеров;
- нормативно-правовая база в сфере жилищно-коммунальных услуг;
- иные сведения, обязательные для раскрытия организацией в соответствии с законодательством Российской Федерации и внутренними документами УО.

Особое значение для информирования клиентов имеют разделы «Населению», «Дополнительные услуги», «Контакты» и «Обратная связь».

Раздел «Населению» содержит следующую информацию:

- тарифы на жилищно-коммунальные услуги;
- информацию о порядке определения стоимости жилищно-коммунальных услуг для граждан;
- информацию о порядке определения объема и стоимости жилищно-коммунальных услуг, использованных для общедомовых нужд;
- данные о процедуре и способах оплаты за жилищно-коммунальные услуги, в том числе посредством терминалов, банкоматов, интернет-банков и электронных платежных систем;
- сведения о способах, порядке, условиях приёма показаний приборов учёта и последствиях вывода из строя приборов учёта, либо при их отсутствии;
- сведения о сервисе «Личный кабинет». Вход в сервис «Личный кабинет» должен осуществляться с главной страницы сайта;
- информацию о порядке предоставления мер социальной поддержки при оплате за жилищно-коммунальные услуги;
- иную информацию.

Раздел «Дополнительные услуги» содержит:

- перечень дополнительных услуг;

- стоимость дополнительных услуг;
- информацию о способах подачи заявки;
- бланки подачи заявки.

Раздел «Контакты» содержит информацию:

- о юридическом и почтовом адресе УО, «Центра единого обслуживания»;
- расписание работы офиса;
- сведения о контактной информации и режиме работы УО и «Центра Единого обслуживания»;
- схемы проезда к зданиям УО и «Центра Единого обслуживания»;
- контактная информация подразделений УО;

Раздел «Обратная связь» предоставляет клиентам (юридическим и физическим лицам) возможность ознакомиться с ответами на наиболее часто встречающиеся вопросы, порядком подачи обращений, претензий и жалоб, задать интересующий его вопрос в сфере жилищно-коммунальных услуг или записаться на встречу к Главному управляющему директору.

На сайте должна быть реализована возможность оформления подписки на получение push-уведомлений, sms-уведомлений и e-mail-уведомлений, а также реализована возможность предварительной записи на консультацию.

Получение консультации по предварительной записи возможно при очном обращении в центр обслуживания клиентов либо в дистанционном формате по видео-конференц-связи.

Для записи на прием по видео-конференц-связи клиент может забронировать удобные для него дату и время, сообщить краткое описание проблемы и адрес своей электронной почты, на которую приходит ссылка с приглашением на видеоконсультацию. Продолжительность одного сеанса не более 20 минут.

Ответственность за анализ, полноту и актуальность информации, представленной на корпоративном сайте УО возлагается на руководителей или ответственных сотрудников подразделений по взаимодействию с потребителями.

5.6.4.2. Алгоритм ответов на обращения клиентов, поступающих через сайт УО

Клиент может направить обращение в УО через сайт, используя форму в разделе «Задать вопрос».

Наиболее распространенные и значимые вопросы публикуются в разделе «Часто задаваемые вопросы». В случае если клиент не нашел ответа на интересующий его вопрос он заполняет автоматизированную форму запроса информации или обращения в УО. Сразу после отправки вопроса на мониторе клиента отображается благодарность за обращение в УО и предложение задать новый вопрос, если у него есть в этом необходимость.

Для обеспечения возможности оперативного получения клиентом интересующей его информации самостоятельно на сайте функционирует раздел «Поиск». Клиент может получить ответ на запрос справочной информации следующими способами:

- самостоятельно, посмотрев информацию в разделе «Часто задаваемые вопросы», в котором содержатся ответы на часто задаваемые вопросы;
- задав вопрос специалисту компании.

При отправке сообщения клиент уведомляется о том, что:

- обращаясь в УО через сайт, он дает свое согласие на обработку, хранение и передачу в случае необходимости формирования запросов исполнителям коммунальных услуг, органы

государственной и муниципальной власти, своих персональных данных для подготовки ответов на свое обращение.

- заявка принята, внутренний номер заявки и срок ожидания ответа
- сообщения с неполной информацией, содержащие ложные сведения, ненормативную лексику, оскорбления в чей-либо адрес, призывы к нарушению действующего законодательства не рассматриваются.

После поступления вопроса администратор сайта предоставляет клиенту ответ или направляет запрос специалисту соответствующего профиля.

Специалист после подготовки ответа адресует его администратору сайта, который и направляет ответ клиенту, а также принимает решение о целесообразности его размещения на сайте компании. Авторы размещенных на сайте вопросов не указываются, таким образом, любому обратившемуся потребителю гарантируется анонимность.

Ответ по существу обращения должен быть направлен не позднее 30 дней со дня получения вопроса.

На все поступающие в УО вопросы обязаны быть предоставлены ответы. В случае если вопрос находится вне компетенции компании или задан некорректно, то клиент уведомляется об этом.

В случае если клиент указал неверный или заведомо ложный электронный адрес, администратор сайта вправе не отвечать на данный вопрос. Ответственность за неполучение информации в таком случае лежит на допустившем ошибку клиенте.

Если для обеспечения точности ответа необходимо получить дополнительную информацию от клиента, специалист, готовящий ответ, направляет запрос на необходимую ему информацию администратору сайта, который и переадресует ее клиенту. В случае неполучения информации от клиента принимается решение о возможности ответа клиенту и его форме, если без необходимых дополнительных сведений ответ предоставить невозможно, то уведомление об этом направляется на электронный адрес клиента.

Ответы на анонимные вопросы и сообщения УО не предоставляет.

Направленные через сайт рекламные предложения и просьбы об оказании благотворительной помощи УО не рассматриваются.

В теме письма с ответом, направляемым на электронный адрес клиента, указывается полное название УО и фраза «Ответ на обращение на сайт УО».

Письмо с ответом должно начинаться с обращения к клиенту по имени и отчеству (за исключением случаев, когда в автоматизированной форме, направленной на сайт, клиент указал только инициалы).

5.6.4.3. Услуги, оказываемые УО посредством Интернета и сроки их исполнения

УО при осуществлении заочного обслуживания потребителей в сети Интернет для потребителей оказывают услуги (процессы), представленные в таблице 11 настоящего Стандарта.

Таблица 11. Перечень услуг (процессов) заочного обслуживания посредством Интернета и сроки исполнения.

Услуга (процесс) заочного обслуживания в сети Интернет	Срок исполнения
--	-----------------

1. Прием обращений потребителей с запросом справочной информации через интерактивные электронные формы и предоставление ответа потребителю по вопросам: - осуществления заключения договора ресурсоснабжения - наличия задолженности за энергоресурс	В течение 10 дней со дня отправления обращения
2. Прием обращений потребителей с запросом консультации через интерактивные электронные формы и предоставление ответа потребителю	В течение 10 дней со дня отправления обращения
3. Прием жалоб потребителей через интерактивные электронные формы и предоставление ответа потребителю	В течение 30 дней со дня отправления обращения
4. Прием показаний приборов учета	В течение 1 дня со дня отправления обращения
5. Предоставление информации о статусе исполнения заявки на оказание услуг (процесса), договора оказания услуг	В течение 1 дня со дня отправления обращения
6. Предоставление информации о статусе рассмотрения обращения, содержащего жалобу	В течение 1 дня со дня отправления обращения
7. Выдача индивидуального логина и пароля для доступа в «Личный кабинет потребителя»	В течение 1 дня со дня заполнения регистрационной формы регистрации
8. Предоставление счета на оплату энергоресурса	В течение 1 дня со дня отправления обращения

5.6.5. Интерактивные услуги, оказываемые клиентам с помощью сервиса «Личный кабинет»

Сервис «Личный кабинет» разработан для граждан и размещен на Интернет-сайте УО.

С помощью данного сервиса клиентам предоставляются следующие возможности:

- просматривать актуальную информацию о состоянии своего лицевого счета;
- просмотреть и распечатать Единый Платежный Документ за текущий расчетный период, акт сверки расчетов;
- произвести оплату за жилищно-коммунальные услуги;
- передать текущие показания приборов учета, а так же увидеть историю переданных показаний;
- подключить услугу доставки Единого Платежного документа на адрес электронной почты клиента;
- оформить заявку, обратиться в диспетчерскую службу и задать вопрос, заполнив формы в окне выбранного раздела
- просмотреть статус исполнения направленного обращения.
- Записаться на прием в ЦЕО либо заказать видеоконсультацию.

Для начала работы с Личным кабинетом клиенту необходимо пройти процедуру регистрации на сайте.

В случае возникновения проблем при регистрации или вопросов в дальнейшей работе клиент может направить сообщение по электронной почте или позвонить по телефону в Call-центр. Контактная информация указана на главной странице, а также на специальной странице официального сайта компании.

Вход в «Личный кабинет» клиент осуществляет с главной страницы сайта. Для входа необходимо ввести логин и пароль.

В случае если клиент забыл пароль, он может воспользоваться функцией восстановления пароля. В таком случае на указанный им при регистрации адрес электронной почты будет выслан новый пароль.

Структура Личного кабинета состоит из разделов: «Лицевые счета», «Начисления и оплаты», «Передача показаний», «Настройки», «Услуги компании».

В разделе «Передача показаний» возможно внести данные показаний по каждому индивидуальному прибору учета. Возможно посмотреть историю переданных показаний за необходимый период.

В разделе «Начисления и оплаты» возможно просмотреть и распечатать историю своих начислений и оплат, произвести оплату, сформировать и распечатать квитанцию за последний расчетный период.

С помощью раздела «Настройки» клиенту предоставляется возможность подключить услугу доставки уведомлений на адрес электронной почты, сменить адрес электронной почты, пароль, телефонный номер, оформить подписку на интересующие рубрики, выбрать способ получения квитанции (электронная либо бумажная).

В разделе «Услуги» клиент может оформить заявку на услугу, обратиться в диспетчерскую службу и заказать видеоконсультацию либо записаться на прием в ЦЕО.

В разделе «Лицевые счета» находится информация о лицевых счетах клиента.

5.6.6. Организация обслуживания клиентов посредством почтовой переписки или писем, направляемых по электронной почте.

Почтовая переписка используется для направления документации, связанной с обслуживанием, а также в случаях, когда клиент направляет обращение по почте.

Установлен следующий типовой алгоритм заочного обслуживания по почте:

- Регистрация и обработка письменного обращения.
- Направление обращения соответствующему специалисту.
- Подготовка ответа специалистом.

- Направление ответа клиенту. Если обращение было получено по почте, ответ направляется также в виде почтового сообщения (за исключением случаев, клиентом был обоснованно выбран иной способ получения ответа). В случае если обращение было получено по электронной почте, ответ направляется на электронный адрес клиента.

Оформление ответа в печатном виде на фирменном бланке компании, подписывается должностным лицом, ответственным за работу с клиентами, содержит контактные данные исполнителя.

Письмо, в том числе по электронной почте, необходимо начинать с обращения к клиенту по имени и отчеству.

В случае если ответ клиенту направляется по электронной почте, в теме письма указывается полное название компании и фраза «Ответ на обращение».

Примерные параметры средней и предельной продолжительности ответов на обращения клиентов по почте указаны в разделе 6.1. «Порядок работы с обращениями» настоящего Стандарта.

5.6.7. Интерактивные услуги, оказываемые клиентам с помощью сервиса «Автоинформирование»

Система автоинформирования клиентов предназначена для доведения до потребителей типовой информации.

Требование к системе автоинформирования:

- возможность хранения результатов оповещения;
- возможность хранения сценариев оповещения;
- возможность хранения списков оповещения;
- формирование отчёта по оповещению;
- мониторинг процесса оповещения в режиме реального времени;
- назначение задания на оповещение с указанием времени начала и окончания;
- переключение на оператора (только для телефонного информирования).
- Возможность указания на ссылку, для перехода к действиям.

Автоинформатор рекомендуется использовать в следующих ситуациях:

- изменение перечня предоставляемых услуг;
- напоминание о необходимости произвести оплату накопившейся задолженности с адресным сообщением суммы долга.

Автоинформирование клиентов может производиться по следующим каналам:

- телефон;
- e-mail (электронная почта);
- sms-сообщения;
- push-уведомления.

Телефонное автоинформирование может производиться как среди всех клиентов компании, так и среди отдельных групп. Автоинформирование проводится среди клиентов, которые добровольно предоставили номера телефонов для получения дополнительной информации.

Система телефонного автоинформирования имеет возможность проигрывания звуковых файлов, а также воспроизведения числовой информации, например, денежные величины, время, дата, количество, телефонный номер и т.д.

Sms-автоинформирование проводится среди клиентов, которые добровольно предоставили номера сотовых телефонов для получения дополнительной информации, соответствующая запись делается в программном продукте.

E-mail-автоинформирование проводится среди клиентов, которые добровольно предоставили адреса электронной почты для получения дополнительной информации.

Push-автоинформирование проводится среди клиентов, которые предоставили разрешение на доставку уведомлений от сайта УО и предоставили свои Token-идентификаторы (адреса) пользователей.

5.6.7.1. Требования к системе интерактивного обслуживания

При организации системы интерактивного обслуживания должны быть учтены следующие

требования, указанные в таблице 12 настоящего Стандарта.

Таблица 12. Требования к системе интерактивного обслуживания

Форма взаимодействия	Критерий	Требования по времени
Интернет-приемная	Уровень вложенности (количество кликов до нужной страницы)	не более 4-х
	Автоматическая обработка, регистрация и уведомление клиента о регистрации обращения (mail-робот)	не более 1 минуты
	Обновление информации в случае изменения	не более 1 дня
Видео-конференц-связь	Продолжительность сеанса	Не более 20 минут
Автоинформирование по телефону	Обновление информации в случае изменения	не более 1 дня
	Продолжительность информирования	1 минута
	Промежуток между «положительным» звонком и последующим	7 дней
	Промежуток между «отрицательным» звонком	2 часа (до положительного результата)
Автоинформирование по e-mail	Длина заголовка	может быть, как длинной, так и короткой
	Персонализация	показать читателю, что письмо написано именно для него, а не спам
	Время отправления письма	с 8:00 до 24:00 выходного дня (когда большинство пользователей проверяет свои почтовые ящики)
	Структура письма	-расположение важных элементов в центре письма; -увеличенный шрифт; -расположение ссылок в видном месте, без прокручивания страницы -длинна письма не очень длинная, несколько абзацев;
	Периодичность рассылки до «положительного» результата	7 дней
Автоинформирование по sms	Длина сообщения	140-160 символов
	Структура сообщения (уведомление)	Сообщение обязательно должно содержать ссылку для перехода к

	о необходимости передачи показаний ПУ или оплате задолженности)	действиям
	Периодичность рассылки до положительного результата (нов ограниченное время)	1 день (с 10.00 до 21.00)
Автоинформирование по Push	Длина заголовка	Не более 120 символов
	Содержание	Должно содержать четкий посыл к действию (оплатить задолженность, передать показания и пр.) и указывать на ссылку для перехода к действиям
	Время оповещения	Спецификация push-уведомлений такова, что от клиента ожидается отклик в ту же минуту. Уведомления должны поступать к клиенту в удобный для него промежуток дня
	Частота рассылок	Не менее 1 раза в месяц

5.7. Требования к организации обратной связи с клиентами

Под обратной связью понимается выражение клиентом степени удовлетворённости деятельностью УО в целом, либо отдельными направлениями: качеством и своевременностью предоставления услуг, обслуживающим персоналом компании и т.д.

1. По отношению клиента и компании обратная связь подразделяется на:
 - активную (клиент является инициатором обратной связи);
 - пассивную (компания обращается к клиенту для выяснения степени удовлетворенности обслуживанием).
2. По способу выражения обратная связь подразделяется на:
 - жалобы;
 - предложения;
 - отзывы о деятельности компании.
3. Обратная связь осуществляется по следующим каналам связи:
 - устные и письменные обращения клиентов в «Центр единого обслуживания» (включая записи в книге отзывов и предложений);
 - еженедельный «Личный прием граждан» Главным управляющим директором, руководителями структурных подразделений;
 - телефонные обращения;
 - почта;
 - Интернет-приёмная и личный кабинет;
 - электронная почта;
 - автоответчик;
 - sms;
 - система автоинформирования.

4. Обращение клиента по любым интерактивным каналам связи должно являться бесплатным.

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

Для предоставления ответа используется указанный клиентом канал связи, если законодательством не предусмотрено иного.

Пассивная обратная связь осуществляется посредством опросов (анкетирование/интервьюирование):

- письменно в «Центре единого обслуживания»;
- по телефону;
- в Интернет-приёмной и (или) личном кабинете;
- посредством системы автоинформирования.

Для проведения опросов формулируется цель исследования и составляется анкета с вопросами в простой и доступной для клиента форме.

После подсчета результатов составляются отчёты для руководства компании и других заинтересованных сторон.

Запросы, направляемые клиентам УО, оформляются на фирменном бланке УО с обязательным заполнением реквизита «Отметка об исполнителе», который состоит из инициалов, фамилии и номера телефона исполнителя письма, а также, при необходимости ответа по электронной почте – адреса электронной почты.

Требования к временным параметрам для различных форм взаимодействия с клиентами в зависимости от направленности обратной связи отражены в таблице 13 настоящего Стандарта.

Таблица 13. Временные параметры для различных форм взаимодействия с клиентами

Форма взаимодействия	Тип обратной связи	Срок принятия мер/частота проведения опросов
Очное		
Устная в Центре обслуживания клиентов	активная	10 дней
Письменная в Центре обслуживания клиентов (включая книгу жалоб)	активная/ пассивная	от 10 до 30 дней / не чаще 1 раза в 3 месяца и не реже 1 раза в год
Личный прием граждан Главным управляющим директором	активная	10 дней/в закрепленные дни месяца и часы приема
Заочное		
Телефонное обращение	активная	от 10 до 30 дней
Почтовое обращение	активная	от 10 до 30 дней
Интерактивное		
Посредством Интернет- приёмной и (или) личного кабинета	активное/ пассивное	от 10 до 30 дней / не чаще 1 раза в 3 месяца и не реже 1 раза в год
По электронной почте	активное	не чаще 1 раза год
Автоответчик	активное	10 дней

Система автоинформирования	пассивное	не чаще 1 раза в 3 месяца и не реже 1 раза в год
----------------------------	-----------	--

6. Требования к автоматизации процессов обслуживания потребителей

Для обеспечения качественного обслуживания потребителей услуг на высоком технологическом уровне необходимо внедрение автоматизированных систем управления, позволяющих оперативно и качественно предоставлять весь спектр услуг, как информационных, так и связанных с обработкой заявок на оказание услуг, исполнением и контролем качества оказанных услуг.

Автоматизированные системы и/или модули поддержки бизнес-процессов взаимодействия с потребителями при оказании услуг и обслуживании включают несколько уровней, их иерархия представлена в таблице 14 настоящего Стандарта.

Таблица 14. Автоматизированные системы/модули поддержки очного и заочного сервисов.

Функция очного обслуживания	Необходимые АС/АМ
Прием очных обращений потребителей услуг	АС «Электронной очереди»
Прием очных обращений потребителей услуг и первичная обработка (регистрация очных обращений и потребителей услуг в АС/АМ)	CRM – система
Предоставление справочной информации, консультаций и типовых форм документов по основным и дополнительным услугам УО	CRM – система
Организация, сопровождение и контроль работы по обращениям потребителей в структурных подразделениях, информационное сопровождение потребителя услуг при оказании услуг и координация процесса взаимодействия между потребителями и структурными подразделениями УО	Система электронного документооборота, CRM – система
Прием и выдача документов потребителям услуг, в том числе по договорам на оказание услуг	CRM – система
Формирование статистической отчетности по работе с очными обращениями потребителей ЦЕО	Модуль отчетности CRM – системы
Проведение целевых опросов, анкетирования потребителей для изучения рынка потенциальных дополнительных сервисов, перспективных направлений развития клиентского сервиса УО, удовлетворенности потребителей качеством оказываемых услуг	CRM – система
Контроль качества очного обслуживания в ЦЕО	CRM – система
Функция заочного обслуживания	Необходимые АС/АМ
Прием, регистрация и обработка входящих вызовов от потребителей услуг оператором	CRM – система, Call-центр
Прием обращений на голосовой «почтовый ящик» с последующей регистрацией и обработкой входящих вызовов от потребителей услуг	CRM – система, Call-центр
Осуществление исходящих вызовов для уведомления потребителей или предоставления информации по обращению потребителя	CRM – система
Проведение целевых опросов по телефонному каналу связи для изучения рынка потенциальных дополнительных сервисов, перспективных направлений развития клиентского сервиса УО, удовлетворенности потребителей качеством оказываемых услуг	CRM – система, Call-центр

Автоинформирование о задолженности и необходимости предоставления показаний приборов учета	CRM – система, ПО Call-центра
Актуализация базы данных по потребителям услуг	CRM – система, Call-центр

CRM-система управления взаимоотношениями с потребителями услуг предназначена для автоматизации бизнес-процесса «Управление взаимоотношениями с потребителями услуг» и направлена на повышение качества обслуживания клиентов, степени их удовлетворенности, повышение производительности ЦЕО и Call-центра УО.

При внедрении CRM-системы решаются следующие задачи:

- создание единого информационного пространства для обслуживания потребителей по всем каналам коммуникации;
- обеспечение регистрации, учета, сопровождения и последующего анализа всех поступающих обращений, независимо от классификационных параметров обращений в CRM-системе;
- повышение оперативности при обработке обращений.

Технические требования к функционалу CRM-системы:

- идентификация обратившегося потребителя по его реквизитам;
- регистрация потребителя в единой базе потребителей услуг;
- предоставление всей необходимой информации об обратившемся потребителе (идентификация точек присоединения потребителя и их характеристик, определение платежного поведения потребителя, информация о его предыдущих обращениях и статусе обработки его заявок);
- учет, сопровождение и последующий мониторинг исполнения всех поступающих обращений, независимо от типа, причины, канала поступления или адресата обращения;
- система оповещений и контроля сроков исполнения отдельных этапов обработки обращений;
- формирование статистической отчетности по поступившим обращениям в разрезе типов и причин обращений, регионов и адресатов, сроков и состояний исполнения обращений и их обобщенных результатов; формирование статистической и оперативной отчетности по этапам обработки обращений в разрезе подразделений и ответственных, сроков исполнения;
- формирование инструментария для опроса потребителей услуг; проведение опросов и хранение ответов в системе;
- интеграция с web-сервисами УО, ПО Call-центра.

7. Порядок работы с обращениями

7.1. Порядок обработки и сроки исполнения обращений

Организация приема клиентов с письменными, устными обращениями, в том числе посредством телефонной связи, а также обращениями, направляемыми с помощью официального Интернет-сайта компании или по электронной почте, основана на принципе предоставления оперативного ответа на них с возможностью решения вопроса потребителя за одно обращение.

Клиентам обеспечивается объективное и непредвзятое рассмотрение обращений и жалоб в установленные сроки.

В соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 27.07.2006г. № 152 - ФЗ «О персональных данных» клиентам обеспечивается защита персональных данных. УО использует полученную от клиентов персональную информацию, такую как имя и фамилия, адрес, адрес электронной почты, номера телефона и факса, исключительно с целью организации обслуживания граждан в сфере жилищно-коммунального хозяйства. Специалисты УО обеспечивают конфиденциальность полученной информации, за исключением случаев получения официальных запросов от органов исполнительной власти и др.

Обработка обращений потребителей услуг включает в себя несколько этапов:

- Первичная обработка обращения (проверка и регистрация);
- Основная обработка обращения (рассмотрение обращения ответственным специалистом, сбор дополнительной информации, анализ обстоятельств);
- Исполнение мероприятий по обращению (для жалоб, заявок на оказание услуг);
- Контроль исполнения мероприятий (для жалоб, заявок на оказание услуг);
- Завершение обработки обращения (подготовка ответа специалистом и направление ответа клиенту).

УО обеспечивает прием и регистрацию поступившего в его адрес обращения потребителя (в письменной, электронной, устной форме, с использованием телефонной связи). При регистрации обращения фиксируется контактная информация потребителя, дата поступления обращения и входящий регистрационный номер обращения.

С целью обеспечения учета обращений и соблюдения сроков их рассмотрения письменные обращения регистрируются в течение трех дней с момента поступления должностному лицу. При регистрации обращений должен соблюдаться принцип однократности – каждое обращение потребителя регистрируется один раз.

Потребителям услуг УО обеспечивается объективное и непредвзятое рассмотрение обращений в установленные сроки. В случае необходимости с участием заявителя, направившего обращение.

В ходе рассмотрения обращения исполнителем могут направляться запросы необходимых для рассмотрения обращения документов и материалов у иных должностных лиц.

УО направляют потребителю ответ по существу на его обращение в следующие сроки:

а) ответ на письменное обращение потребителя на бумажном носителе должен быть направлен в течение 7 дней с момента регистрации обращения. Максимальный срок ответа в течение 30 дней со дня регистрации обращения, в случае если иное не предусмотрено законодательством Российской Федерации. В Исключительных случаях допускается продление срока рассмотрения обращения не более чем на 30 дней, уведомив об этом клиента, направившего обращения;

б) в случае, если изложенные в обращении клиента вопросы не относятся к компетенции УО, сотрудник не позднее 5 рабочих дней со дня регистрации обращения информирует клиента о невозможности предоставления ему ответа по существу изложенных в обращении вопросов и сообщает контактную информацию организаций, к компетенции которых относятся такие вопросы;

в) обращение, в котором обжалуется судебное решение возвращается клиенту с разъяснением порядка обжалования данного судебного решения в течение 7 дней со дня регистрации письменного обращения;

г) при поступлении обращения с письменной жалобой (заявлением, требованием, претензией) на качество предоставления коммунальной услуги, заявителю предоставляется письменный ответ об удовлетворении либо об отказе в удовлетворении с указанием причин отказа в течение 3

рабочих дней со дня получения жалобы (заявления, требования и претензии) с обязательным осуществлением проверки факта нарушения качества коммунальной услуги в сроки, установленные законодательством;

д) обращение потребителя, направленное с использованием официального сайта в форме электронного документа, - в сроки, указанные в таблице 11 настоящего стандарта;

е) ответ на обращение потребителя с использованием телефонной связи предоставляется непосредственно в момент обращения потребителя. В случае невозможности предоставить ответ в момент обращения потребителя сотрудник УО записывает контактную информацию потребителя и предоставляет ответ потребителю в сроки, указанные в таблице 10 настоящего стандарта;

ж) если обращение потребителя с использованием телефонной связи содержит жалобу и факты, изложенные в такой жалобе, требуют анализа материалов по обращению потребителя, сотрудник УО, принявший телефонный вызов, оформляет жалобу в форме электронного документа, который регистрируется в установленном порядке. Срок ответа потребителю по такой жалобе не должен превышать 30 дней со дня регистрации обращения;

з) ответ на устное обращение потребителя в Центре единого обслуживания предоставляется непосредственно при посещении потребителем офиса. В случае невозможности предоставления ответа на обращение потребителя при осуществлении очного обслуживания потребителя, а также если обращение потребителя содержит жалобу и факты, изложенные в такой жалобе, требуют анализа материалов по обращению потребителя, сотрудник УО должен предложить потребителю направить в УО письменное обращение или оформить обращение в офисе обслуживания на типовом бланке. После заполнения и подписания потребителем бланка обращения такое обращение регистрируется. Срок ответа на такое обращение не должен превышать 30 дней со дня регистрации обращения.

В случае поступления запроса по обращению (жалобе) клиента в адрес УО от органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, вышестоящих и надзорных организаций, ответ по запросу предоставляется в срок согласно настоящему разделу, или в срок, указанный в запросе.

Обращение клиента о предоставлении справочной информации и (или) консультации считается рассмотренным, если клиенту направлен (предоставлен) ответ с запрашиваемой информацией.

Ответ на письменное обращение клиента должен быть подготовлен в печатном виде на фирменном бланке УО и содержать конкретную информацию о сути вопроса, заданного клиентом, контактные данные исполнителя (ФИО, телефон, адрес электронной почты), и подписан уполномоченным на то должностным лицом.

Письмо, в том числе по электронной почте, необходимо начинать с обращения к клиенту по имени отчеству. В случае, если ответ клиенту направляется по электронной почте, в теме письма указывается полное название компании и фраза "Ответ на обращение"

Обращение клиента, содержащее жалобу, считается рассмотренным УО, если:

а) установлена обоснованность (необоснованность) обращения о нарушении прав или охраняемых законом интересов потребителя, в том числе о предоставлении услуг ненадлежащего качества;

б) в случае необходимости по обоснованным жалобам определены мероприятия, направленные на восстановление нарушенных прав или охраняемых законом интересов потребителя (далее - корректирующие меры);

в) направлен (предоставлен) ответ потребителю по обращению:

- в случае признания жалобы необоснованной в ответе предоставляются аргументированные разъяснения в отношении отсутствия оснований для ее удовлетворения;
- в случае признания жалобы обоснованной в ответе потребителю указываются, какие права или законные интересы потребителя подлежат восстановлению и в каком порядке. Если по жалобе необходима реализация корректирующих мер, в ответе потребителю указывается планируемый срок их реализации.

Рассмотрение обращения не производится (с уведомлением об этом потребителя) в случаях:

а) если обращение содержит нецензурные либо оскорбительные выражения, угрозы жизни, здоровью и имуществу должностного лица, а также членов его семьи;

б) если в обращении содержится вопрос, на который данному потребителю услуг уже был предоставлен ответ по существу в связи с ранее направленными обращениями, и при этом в обращении не приводятся новые доводы или обстоятельства;

в) если ответ по существу поставленного в обращении вопроса не может быть дан без разглашения сведений, составляющих коммерческую тайну или иную охраняемую законом тайну;

г) в случае, если текст письменного обращения не поддается прочтению, если фамилия и почтовый адрес потребителя поддаются прочтению.

д) в случае, если текст письменного обращения не позволяет определить суть предложения, заявления или жалобы.

Рассмотрение обращения (без уведомления потребителя) не производится в случаях, если текст письменного обращения не поддается прочтению или в обращении отсутствуют контактные данные, необходимые для направления ответа.

Если обращение содержит угрозы жизни, здоровью и имуществу сотрудника компании, а также членов его семьи, то обращение потребителя услуг направляется в подразделение безопасности.

Все поступающие обращения потребителей независимо от канала поступления классифицируются по категориям, указанным в таблице 15 настоящего Стандарта.

Таблица 15. Классификация обращений

Категория	Описание
Жалоба	Обращение потребителя, направленное в адрес УО или должностного лица УО в очной или заочной форме, о нарушении прав или охраняемых законом интересов потребителя; претензия о предоставлении услуги ненадлежащего качества; претензия к действиям УО, объему, условиям или срокам предоставления услуг УО
Запрос справочной информации/консультации	Обращение потребителя, содержащее запрос на предоставление консультации или справочной информации о деятельности и услугах УО
Заявка на оказание основных услуг:	
а) Заявка на заключение договора ресурсоснабжения	Заявка юридического лица /физического лица/ индивидуального предпринимателя, имеющего намерение заключить договор ресурсоснабжения
б) Заявление на внесение изменений (в т. ч. расторжение) договора ресурсоснабжения	Заявка юридического лица /физического лица/ индивидуального предпринимателя, имеющего намерение внести изменения в договор ресурсоснабжения

Заявка на дополнительные услуги	Заявление юридического лица /физического лица/ индивидуального предпринимателя на оказание дополнительных услуг
Приём документов	Обращение потребителя услуг, целью которого является приём документов сотрудниками УО
Выдача документов	Обращение потребителя услуг, целью которого является выдача потребителю документов сотрудниками УО
Отзыв	Обращение потребителя услуг, содержащее отзыв и характеристику работы сотрудников или УО в целом; не учитываются отзывы потребителей о деятельности УО, полученные в рамках проводимых опросов потребителей
Предложение от потребителя по улучшению качества обслуживания	Обращение потребителя, содержащие предложения по улучшению качества сервиса УО; в данную категорию не входят предложения, полученные от потребителя в ходе проведения опроса

Обращение не фиксируется как жалоба если оно подлежит или находится в суде в соответствии с законодательством Российской Федерации.

7.2. Контроль сроков исполнения обработки обращений

Контроль сроков исполнения обработки обращений (жалоб) осуществляет подразделение по взаимодействию с потребителями, в которое поступило обращение. Руководитель данного подразделения является ответственным за организацию контроля сроков исполнения обработки обращений (жалоб) потребителей, а также несет ответственность за своевременное предоставление ответов потребителям услуг.

Ответственность за исполнение мероприятий по обращениям (жалобам) несут руководители профильных подразделений, в зону компетенции которых входит разрешение инцидента по сути обращения (жалобы).

На директоров по направлению деятельности возлагается ответственность за организацию контроля исполнения мероприятий и проведение на постоянной основе анализа наиболее проблемных вопросов с потребителями (по часто встречающимся причинам жалоб), разработку и реализацию корректирующих мероприятий совместно с соответствующими подразделениями.

8. Оценка и контроль качества клиентского сервиса

8.1. Цель и задачи контроля качества клиентского сервиса.

Целью контроля качества клиентского сервиса является создание необходимых условий гарантированного удовлетворения запросов клиентов, повышения качества обслуживания клиентов и качества клиентского сервиса.

Задачи организации контроля качества:

- Оценка и анализ соответствия целевых и фактических значений параметров, характеризующих качество обслуживания клиентов.
- Выявление сложившихся проблем и недостатков при обслуживании клиентов.
- Разработка рекомендаций по повышению эффективности процессов обслуживания и уровня удовлетворенности клиентов.
- Достижение и поддержание уровня качества клиентского сервиса, соответствующего установленным показателям.

8.2. Объекты контроля

- Удовлетворенность клиентов качеством сервиса.
- Соблюдение регламентов бизнес-процессов, регулирующих сбытовую деятельность УО.
- Нормирование и численность персонала, осуществляющего очное и заочное обслуживание клиентов.
- Информационные системы и электронные сервисы для клиентов в части быстродействия, отказоустойчивости в работе и удобства использования.
- Персонал, система мотивации и оплаты труда.

8.3. Методы контроля

- Проведение функциональных и операционно-сервисных аудитов.
- Проведение анализа обращений клиентов, поступающих по всем каналам обслуживания.
- Проведение опросов клиентов (анкетирование, интервьюирование).
- Проведение опросов работников, осуществляющих обслуживание клиентов (анкетирование, интервьюирование).
- Проведение круглых столов с руководителями ЦЕО и Call-центров.
- Организация «контрольных визитов» с использованием метода «Тайный покупатель».
- Проверка корректности выполнения операций и отображения информации в информационных системах УО.
- Работа в информационных системах под ролью клиента.
- Прослушивание аудиозаписей разговоров при входящем/исходящем звонке клиента (-у).

8.4. Формы для сбора и фиксации информации, отчетные формы

Результаты проверочных материалов обязательно должны фиксироваться на электронном или бумажном носителе. Для фиксации информации используются следующие формы:

- ✓ чек-листы в бумажном и электронном виде;
- ✓ опросные листы в бумажном и электронном виде;
- ✓ фотоотчеты;
- ✓ электронные отчеты из информационных систем;
- ✓ аудиозаписи.

8.5. Формирование отчетов и мотивированных заключений о состоянии уровня качества сервиса и предложений о его улучшении.

Внутренний контроль качества обслуживания клиентов и развитие клиентских сервисов осуществляется на уровне директора по сбытовой деятельности.

Директор по сбытовой деятельности анализирует полученные данные с целью формирования мотивированного заключения о состоянии качества сервиса и направления ответственным лицам. Иницирует создание планов мероприятий в структурных подразделениях, ответственных за выполнение работ по устранению несоответствий и отклонений. Координирует разработку корректирующих мероприятий и контролирует их своевременное и качественное выполнение. Организует работы по повторному измерению показателей с целью получения объективных данных по проведенным изменениям.

9. Ответственность должностных лиц

Сотрудники подразделения по взаимодействию с потребителями, а также других структурных подразделений, в компетенцию которых входит взаимодействие с потребителями, несут ответственность за исполнение требований настоящего стандарта.

Контроль соблюдения требований данного Стандарта возлагается на лиц, определенных приказом по УО ООО «РКС-Холдинг».

10. Заключительные положения.

Настоящий Стандарт качества обслуживания клиентов утверждается и вводится в действие приказом Генерального директора.

Внесение изменений в Стандарт, а также его отмена осуществляются приказом Генерального директора.