



**САРАТОВЭНЕРГО**

Стандарт обслуживания клиентов ПАО «Саратовэнерго»

Для внешнего  
использования

Приложение №1  
к приказу ПАО «Саратовэнерго»

от 23.10.24 № 27/571

**СТАНДАРТ  
ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ  
ПАО «Саратовэнерго»**

г. Саратов

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>СОДЕРЖАНИЕ</b> .....	<b>1</b>
<b>1. ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ</b> .....	<b>2</b>
<b>2. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ</b> .....	<b>2</b>
<b>3. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТЕРМИНОВ</b> .....	<b>2</b>
<b>4. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ</b> .....	<b>6</b>
<b>5. КОНЦЕПЦИЯ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОБСЛУЖИВАНИЯ</b> .....	<b>7</b>
<b>6. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ</b> .....	<b>7</b>
<b>7. ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ОБСЛУЖИВАНИЯ</b> .....	<b>9</b>
<b>8. ТРЕБОВАНИЯ К МОНИТОРИНГУ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ</b> .....	<b>16</b>
<b>9. ТРЕБОВАНИЯ К СТАНДАРТАМ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ</b> .....	<b>18</b>
<b>10. НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ</b> .....	<b>18</b>
<b>11. ПРИЛОЖЕНИЯ</b> .....	<b>18</b>
<b>ТРЕБОВАНИЯ К ОЧНОМУ ОБСЛУЖИВАНИЮ</b> .....	<b>19</b>
<b>ТРЕБОВАНИЯ К ЗАОЧНОМУ ОБСЛУЖИВАНИЮ</b> .....	<b>27</b>
<b>ТРЕБОВАНИЯ К ЭТИКЕТУ ОБЩЕНИЯ И ДРЕСС-КОДУ</b> .....	<b>36</b>
<b>СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ С УЧЕТОМ СЕГМЕНТАЦИИ</b> .....	<b>45</b>

## 1. ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ

Краткое описание документа	<p>Настоящий Стандарт обслуживания клиентов (далее – Стандарт) подлежит применению в ПАО «Саратовэнерго» (далее – Общество).</p> <p>Настоящий Стандарт является нормативным документом, устанавливает требования к организации обслуживания Клиентов, регулирует порядок и качество обслуживания, утверждает алгоритм общения с Клиентами, общие показатели качества обслуживания, действия персонала в стандартных и нестандартных ситуациях обслуживания Клиентов.</p> <p>Целью Стандарта является стандартизация процессов обслуживания Клиентов для обеспечения качественного обслуживания и установления единых требований, норм и правил обслуживания для достижения удовлетворённости Клиентов.</p> <p>Задачи Стандарта:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определить концепцию, цели и задачи обслуживания;</li> <li>– установить общие принципы обслуживания;</li> <li>– установить требования к процессу обслуживания и его организации;</li> <li>– установить требования к мониторингу качества обслуживания;</li> <li>– установить единые правила к этикету общения и дресс-коду работников Общества, осуществляющих обслуживание.</li> </ul>
Корпоративный стандарт	Да
Ограничение доступа	Нет

## 2. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

2.1. Настоящий документ регламентирует деятельность Общества, а именно подразделений и должностных лиц, участвующих в процессе обслуживания клиентов и ответственных за результат обслуживания, в соответствии с утверждёнными регламентами.

## 3. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТЕРМИНОВ

Наименование термина	Сокращение	Определение термина (расшифровка сокращения)
<b>Вводимые определения:</b>		
Автоинформирование (автообзвон)		Вид услуги по информированию клиентов с использованием записанного аудиосообщения или роботизированных средств посредством телефонной связи
Алгоритм*		Последовательность действий и порядок обработки обращений клиентов, включающий, в том числе порядок обработки информации, внесение ее в ИС и другие действия
Благодарность*		Вид обращения клиентов в адрес Компании, а именно положительный отзыв о надлежащем исполнении договорных обязательств, за оказанное внимание в процессе обслуживания, оказанную услугу и (или) предоставленный товар
Интерактивный сервис		Техническое или программное средство предоставления обслуживания
Информационная система	ИС	Совокупность содержащейся в базах данных информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий и технических средств
Клиент*		Заказчик, покупатель, потребитель товаров и (или) услуг Компании, плательщик. К клиентам относятся физические лица (B2C), юридические лица, индивидуальные предприниматели (B2B), Принципалы (B2B2C)
Контакт*		Совершение личного контакта с работниками Компании или с ее представителем, а также безличного контакта с работниками Компании или с ее представителем с использованием телефонной связи, почтовой связи или сети «Интернет»
Модель клиентоориентированности		Система целенаправленных действий Компании, ориентированных на удовлетворение потребностей клиента и создание условий комфортного взаимодействия клиента с Компанией
Муниципальное образование	МО	Города федерального значения, а также не входящие в их состав муниципальные районы, муниципальные округа, городские округа, городской округ с внутригородским делением, в значениях,

Наименование термина	Сокращение	Определение термина (расшифровка сокращения)
		определённых Федеральным законом «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»
Предварительная запись		Просьба клиента в устной, письменной или интерактивной форме к Обществу о приёме в заранее определённое время и в заранее установленном месте
Скрипт*		Сценарий разговора, порядок ведения диалога работника Компании (или IVR, бот) с клиентами, не включающий в себя порядок обработки информации
Центр обслуживания клиентов	ЦОК, ГРП	Подразделение Компании, которое осуществляет очное обслуживание клиентов (клиентский офис, Дополнительный офис обслуживания)
Чистая база*		Проект Группы «Интер РАО», направленный на формирование и актуализацию профиля клиента
<b>Действующие определения:</b>		
Автоматизированная система «Видеоконсультант»	АСВК	Программно-аппаратный комплекс, предназначенный для дистанционного обслуживания клиентов, который обеспечивает доступ и использование клиентами сервисов обслуживания и обеспечивает контакт клиентов с работниками Компании посредством трансляции их видеоизображения в режиме «онлайн»
Агентский договор		Договор, по которому одна сторона - агент - обязуется за вознаграждение совершать по поручению другой стороны - принципала - юридические и иные действия от своего имени, но за счёт Принципала, либо от имени и за счёт Принципала (соглашение между организацией (принципалом) и третьим лицом (агентом), которое помогает данной организации продать или получить необходимые товары/услуги и получает за это вознаграждение).
База данных	БД	Представленная в объективной форме совокупность информации, систематизированная таким образом, чтобы эта информация могла быть найдена и обработана с помощью компьютера
База знаний	БЗ	Онлайн-библиотека, содержащая информацию о бизнес-процессах Общества, практическую и справочную информацию, материалы для адаптации новых сотрудников Общества, ответы на часто задаваемые вопросы, обучающие материалы: как пользоваться сервисом или программой, информацию о продуктах и услугах компании, изменениях в Обществе
Бэк-офис (работники бэк-офиса)		Подразделения Компании, участвующие в обработке обращений клиентов без осуществления личного контакта с ними. К бэк-офису могут относиться отдельные работники иных подразделений, которые осуществляют обработку обращений клиентов в рамках своей компетенции, закреплённой в должностной инструкции
Взаимоотношения с клиентами		Совокупность взаимодействий между Компанией и клиентами на основе частей коммуникаций на протяжении периода времени
Виртуальная приёмная		Интерактивная приёмная, размещённая на официальном сайте Компании, предназначенная для направления клиентом письменного обращения по электронной почте
Выездное обслуживание		Вид очного обслуживания на территории клиентов, которое осуществляется работниками Компании или работниками Компании-партнёра
Дистанционное обслуживание		Вид заочного обслуживания с использованием дистанционных КК с участием человека
Дистанционные каналы коммуникации		Телекоммуникационные или телефонные сети
Единый классификатор тематик обращений	ЕКТО	Классификатор тематик обращений клиентов для категории клиентов, который применяется для учета обращений клиентов по всем каналам коммуникации
Жалоба (претензия)		Вид обращения клиента в адрес Компании или должностного лица Компании письменное или устное заявление о нарушении прав или охраняемых законом интересов клиента, а также о ненадлежащем исполнении договорных обязательств оказания услуг и (или)

Наименование термина	Сокращение	Определение термина (расшифровка сокращения)
		предоставлению товаров, а также о ненадлежащем качестве обслуживания
Заочное обслуживание		Обслуживание клиентов без личного (визуального) контакта с работниками Компании посредством телефона, интернета, почты и др.
Идентификация клиента		Распознавание клиентов на основании совпадения присвоенных им признаков и установление тождественности с информацией, имеющейся в БД
Интерактивное обслуживание		Вид заочного обслуживания удалённым способом с использованием дистанционных КК без осуществления непосредственного контакта с клиентами
Канал коммуникации	КК	Канал обмена информацией между клиентами и Компанией
Качество обслуживания		Совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение выявленных или предполагаемых потребностей клиентов
Консультирование		Предоставление справочной информации на обращение
Консультация		Вид обращения клиентов в адрес Компании с целью получения справочной информации по общим вопросам о Компании, вопросам договорных отношений, предоставления услуг и (или) товаров, а также иным вопросам, которые относятся к деятельности Компании
Контроль качества обслуживания		Периодическое определение значений показателей качества обслуживания, анализ их изменения во временном периоде или отклонения от заданных/эталонных значений
Контактный центр	КЦ	Функциональное подразделение, которое обеспечивает заочное обслуживание клиентов с использованием дистанционных КК
Личный кабинет клиента	ЛКК	Подтверждаемый наличием (привязкой) учётной записи персональный раздел клиентов в информационной системе Компании, обеспечивающей использование сервисов обслуживания зарегистрированными в ней клиентами и предоставление таким клиентам необходимой информации
Лояльность		Приверженность клиентов Компании, мотивированная прочно укоренившейся привычкой покупать один и тот же товар Компании, товары одного и того же бренда Компании или пользоваться одной и той же услугой Компании, а также невосприимчивость к цене товара и (или) услуги Компании, отвержение альтернативы
Мессенджер		Программа (приложение) для смартфона или персонального компьютера, позволяющая мгновенно обмениваться текстовыми сообщениями, телефонными звонками и разговаривать с использованием видеосвязи
Сегментация (сегментирование)		Процесс разделения действующих или потенциальных Клиентов на сегменты, в рамках которых клиенты имеют схожие или аналогичные запросы, удовлетворяемые определенным комплексом маркетинга.
Мониторинг обслуживания		Комплекс мероприятий по выявлению нарушений требований, предъявляемых к обработке обращений, определению причин, фактов, условий, способствовавших возникновению нарушений, выработке рекомендаций по их предупреждению, а также выявлению успешных и эффективных практик обслуживания
Обработка обращения		Процесс приёма, рассмотрения обращения и предоставления ответа клиентам на их обращение
Обратная связь		Процесс получения информации от клиента, содержащей его мнение о деятельности Компании, качестве предоставленных услуг или качестве обслуживания работниками Компании.
Обращение клиента (обращение)		Письменное или устное обращение клиента в Компанию в форме вопроса, заявки, претензии (жалобы), предложения и благодарности
Обслуживание клиентов (обслуживание)		Последовательность действий Компании до, во время и после предоставления услуги клиенту или продажи товара
Общество		ПАО «Саратовэнерго»
Оmnikanальность		Взаимная интеграция разрозненных каналов коммуникации в унифицированную систему, с целью обеспечения бесшовной и непрерывной коммуникации с клиентом

Наименование термина	Сокращение	Определение термина (расшифровка сокращения)
Отзыв		Обращения клиентов, которые содержат оценку предоставленных услуг, качества обслуживания в Компании
Оценка качества обслуживания		Количественное и качественное измерение степени соответствия фактических показателей качества обслуживания установленным плановым (целевым) показателям качества обслуживания
Очное обслуживание		Форма обслуживания посредством личного контакта работника Компании и клиента
Официальный сайт		Корпоративный веб-сайт, который содержит полную информацию о Компании
Партнеры		Компании, которые оказывают услуги для Общества в соответствии с договором в части обслуживания клиентов, оказания коммерческих услуг от лица Общества (вне контура Группы)
Показатель качества обслуживания		Количественная или качественная характеристика одного или нескольких параметров качества обслуживания, определяющих способность удовлетворить потребности клиентов
Правомерная жалоба (претензия)		Жалоба, по факту проверки которой была подтверждена во внесудебном порядке или установлена в судебном порядке ответственность гарантирующего поставщика за нарушение прав или охраняемых законом интересов клиента или его представителя, в том числе за предоставление услуги ненадлежащего качества.
Претензии(жалобы)		Вид обращения клиента в адрес Компании или должностного лица Компании письменное или устное заявление о нарушении прав или охраняемых законом интересов клиента, а также о ненадлежащем исполнении договорных обязательств оказания услуг и (или) предоставлении товаров, а также о ненадлежащем качестве обслуживания
Принципал		Поставщик услуги, с которым у ЕИРЦ заключен договор об организации расчётов и/или договор по работе с дебиторской задолженностью
Простые (типовые) вопросы		Вопросы, требующие односложных ответов общего или статичного характера
Профиль клиента		Набор характеристик (атрибутов) клиента, необходимых для анализа и моделирования Компанией его поведения с целью обеспечения качественного обслуживания
Путь клиента		Совокупность шагов клиента, которые он должен предпринять с момента возникновения потребности до ее удовлетворения в рамках взаимодействия с Компанией путем получения услуги или приобретения товара
Регистрация обращения		Фиксация обращения клиента в CRM, с присвоением ему номера и даты
Система Интерактивного Голосового Ответа (автоматическая справочная служба)	IVR	Многоуровневая система голосового меню - аналог автоответчика: программно-аппаратный комплекс, обеспечивающий воспроизведение голосовых фрагментов (приветствий, сообщений, мелодий и проч.) в процессе обработки входящих вызовов клиентов по телефону
Система управления взаимодействием с клиентами	CRM	Информационная система, предназначенная для внесения, хранения и анализа информации о взаимодействии с клиентами
Система электронной очереди	СЭО	устройство (программно-аппаратный комплекс) и (или) электронный сервис (в том числе дистанционный в случае предварительной записи), позволяющее организовывать запись клиентов на прием по времени и дате в зависимости от выбранной тематики обращения в ЦОК
Сложные вопросы		Вопросы, требующие разъяснения информации, принятия решений в нестандартной ситуации, а также исполнение операций в ИС Компании в соответствии с утверждённым алгоритмом
Справочник клиента		Сборник ответов на часто задаваемые вопросы клиента о Компании и предназначен для самостоятельного ознакомления клиента с информацией по актуальному для него вопросу, а также разработанные для клиентов Памятки и другие методические материалы, Справочник клиента составляется на основе утвержденных в Компании скриптов, возможно предоставление информации в виде текста и (или)

Наименование термина	Сокращение	Определение термина (расшифровка сокращения)
		инфографики, при необходимости могут быть включены формулы, таблицы или иная информация
Работник		Работник Компании или иное лицо (в т.ч. работник подрядной организации), представляющее интересы Компании
	СМИ	Средства массовой информации
Соглашение об уровне обслуживания.	SLA	Внутренний параметр Группы по уровню обслуживания клиентов, выраженный в относительных измеряемых точных параметрах, в рамках которых в Группе принято решение (включая работу подрядчиков) об уровне предоставления сервиса клиенту
Стандарт качества обслуживания клиентов	СКОК	Свод правил Компании, которые регулируют порядок и качество обслуживания, общие показатели качества обслуживания, действия работников Компании в стандартных и нестандартных ситуациях взаимодействия с клиентами
Терминал		Программно-аппаратный комплекс, предназначенный для обслуживания посредством терминала, который обеспечивает доступ и использование клиентами автоматизированных сервисов обслуживания
Удовлетворённость клиента		Соответствие ожиданий клиента и полученного им результата обслуживания
Уровень удовлетворённости клиента		Оценочная шкала соответствия ожиданий клиента полученному им результату обслуживания
Условия обслуживания		Совокупность факторов, воздействующих на процесс обслуживания
Услуга		Любая деятельность или работа, которую Компания предлагает клиенту, характеризующаяся отсутствием материальной осязаемости такой деятельности или работы и не выражающаяся во владении чем-либо
Физические лица/клиенты B2C	ФЛ/B2C	клиенты, относящиеся к физическим лицам, которые пользуются услугами Компании или покупают товары у Компании для бытовых нужд и для использования в личных целях
Форма обслуживания		Разновидность или сочетание методов (способов) предоставления услуг клиенту
Фронт-офис (работники фронт-офиса)		Подразделения Компании и (или) отдельные работники подразделений, которые осуществляют обслуживание посредством личного контакта с клиентом. К подразделениям относятся ЦОК, КО, КЦ. К работникам фронт-офиса могут относиться работники иных подразделений, которые осуществляют обслуживание или участвуют в обработке обращений в рамках своих должностных обязанностей, утверждённых в Компании
Юридические лица / клиенты B2B	ЮЛ / B2B	клиенты, относящиеся к юридическим лицам или приравненным к ним физическим лицам, которые пользуются услугами Компании или покупают товары у Компании для целей бизнеса
Этикет		Правила поведения работников Компании для построения эффективного общения с клиентами в соответствии с Кодексом корпоративной этики

\* - не является частью корпоративного глоссария, а указанное значение термина рассматривается только в рамках настоящего документа

#### 4. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

4.1. Для работников ПАО «Саратовэнерго» устанавливаются единые требования к обслуживанию клиентов, изложенные в настоящем Стандарте.

4.2. Обслуживание должно осуществляться в соответствии с законодательством, корпоративными стандартами и Агентскими договорами с Принципалами.

4.3. Требования распространяются на все формы обслуживания и бизнес-процессы Общества, которые связаны с обслуживанием клиентов.

4.4. Требования предназначены для исполнения работниками Общества, которые прямо или косвенно участвуют в обслуживании.

4.5. Для создания и поддержания качества обслуживания Общество должно обеспечивать:

- выполнение требований к инфраструктуре обслуживания;
- выполнение требований к процессу обслуживания;
- выполнение требований к внешней и внутренней организации обслуживания;
- выполнение требований к техническому оснащению и программному обеспечению для ведения клиентской базы, регистрации, обработки обращений клиентов и формирования отчётов, а также осуществления расчётов;
- соблюдение требований правил и этикета общения;
- наличие соответствующей квалификации у работников Общества, осуществляющих обслуживание;
- обеспечивать регулярный мониторинг качества обслуживания клиентов, в том числе качества предоставления услуг клиенту (SLA).

4.6. Соответствие качества обслуживания требованиям международного стандарта «Система менеджмента качества» (СМК ISO) может осуществляться на уровне Общества в форме добровольной сертификации. Порядок подтверждения соответствия устанавливается отдельными ВНД Общества.

4.7. За качество обслуживания клиентов непосредственно несут ответственность руководитель Общества и работники, выполняющие процессы и процедуры обслуживания, а также курирующие подразделения Общества в рамках функциональной ответственности.

## **5. КОНЦЕПЦИЯ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОБСЛУЖИВАНИЯ**

5.1. Основой концепции обслуживания является модель клиентоориентированности, которая предусматривает целенаправленные действия по реализации принципов клиентоориентированности:

- правила и стандарты работы ориентированы на клиента;
- процесс обслуживания соответствует целевому пути клиента;
- работники предоставляют обслуживание высокого качества;
- все бизнес-процессы отлажены, понятны и удобны клиенту;
- услуги и (или) товары лёгкие в приобретении и использовании, понятные и простые;
- Общество изучает потребности клиентов и предоставляет комплексное обслуживание;
- действия Общества превосходят и предвосхищают ожидания клиента.

5.2. Целью обслуживания является повышение уровня лояльности клиентов за счет улучшения качества обслуживания при сегментации.

5.3. Основными задачами обслуживания являются:

- Удовлетворение потребностей клиента;
- Предвосхищение ожиданий клиента;
- Обеспечение комфортной среды обслуживания;
- Минимизация усилий клиентов;
- Увеличение прибыли Общества;
- Сокращение операционных издержек Общества;
- Увеличение стоимости Общества;
- Минимизация рисков нарушения Обществом требований законодательства/надзорных органов;
- Цифровизация контакта с клиентами.

## **6. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ**

6.1. Обслуживание должно быть основано на передовом опыте и использовании современных технологий при соблюдении оптимального баланса стоимости и качества обслуживания.

6.2. Обслуживание должно быть доступным и отражаться в:



- территориальной доступности, т.е. клиенту гарантируется обслуживание независимо от его местонахождения в случае возможности организации такого обслуживания;
- организационной доступности, т.е. клиенту гарантируется обслуживание с использованием различных КК;
- информационной доступности, т.е. клиенту должна быть предоставлена полная и достоверная информация обо всех услугах и (или) товарах Общества, процедурах обслуживания в доступной форме;
- временной доступности, т.е. обеспечение режима работы КК, удобного для использования клиентом.

6.3. Обслуживание должно быть организовано по принципу «одного окна», т.е. за одно обращение клиент может задать несколько интересующих его вопросов и получить на каждый из них ответ. При этом обслуживание в одно окно предполагает коммуникацию клиента с работником фронт-офиса, исключая коммуникацию с работником иных подразделений. Если решение вопроса требует дополнительного изучения документов, то клиенту должна быть предоставлена информация о сроках и форме предоставления ответа. Решение вопросов клиентов посредством обработки их обращений в соответствии с ВНД Общества на первоначальном этапе является одним из приоритетных принципов обслуживания.

6.4. Общество должно обеспечивать объективное и непредвзятое рассмотрение обращений клиента в сроки, установленные в ВНД Общества. При рассмотрении обращений клиента должно учитываться возможное отсутствие у него достаточных юридических и технических знаний по специализированным вопросам.

6.5. Обслуживание должно быть построено на принципе «обратной связи», т.е. в ответ на потребности и ожидания клиента Общество должно предполагать соответствующие изменения в своей деятельности.

6.6. Обслуживание должно быть построено на простых и удобных коммуникациях клиента с Обществом, предусматривающих минимизацию действий клиента и Общества без ухудшения качества обслуживания.

6.7. Взаимоотношения с клиентом должны быть построены на принципе цифровизации, т.е. все этапы процесса обслуживания должны фиксироваться с использованием средств автоматизации в виде объективных данных. Данные должны регулярно анализироваться с целью реализации мероприятий, направленных на повышение качества обслуживания.

При организации каналов взаимодействия приоритет в продвижении необходимо отдавать дистанционным и цифровым каналам взаимодействия.

6.8. Омниканальность обслуживания, т.е. взаимная интеграция разрозненных КК в унифицированную систему, с целью обеспечения бесшовной и непрерывной коммуникации с клиентом.

6.9. Процесс обслуживания должен характеризоваться показателями, измерение которых проходит на постоянной основе, при этом анализ и оценка показателей должна мгновенно оказывать влияние на корректировку процесса обслуживания или выполнение смежных процессов.

6.10. Общество должно уделять особое внимание обслуживанию клиента с ограниченными возможностями здоровья и предусматривать возможность приобретения услуг и (или) товаров в удобной для него форме.

6.11. В процессе обслуживания должна обеспечиваться защита персональных данных клиента в соответствии с действующим законодательством.

6.12. Обслуживание клиентов должно строиться на балансе затрат и качества обслуживания клиентов.

6.13. Принципы обслуживания применяются для всех форм обслуживания.

6.14. Дополнительно в Обществе могут быть сформулированы и внедрены иные принципы обслуживания, не противоречащие изложенным выше и не ухудшающие качество обслуживания.

## **7. ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ОБСЛУЖИВАНИЯ**

### **7.1. Требования к инфраструктуре обслуживания.**

7.1.1. Общество должно предоставить клиенту обслуживание с возможностью выбора КК в зависимости от индивидуальных предпочтений и возможностей клиента.

7.1.2. Инфраструктура обслуживания должна быть выстроена на принципе омниканальности и предоставлять клиенту обслуживание по взаимно интегрированным КК в форме очного, дистанционного и интерактивного обслуживания.

7.1.3. Очное обслуживание предоставляет возможность решения сложных вопросов и (или) вопросов, требующих личного присутствия клиента в соответствии с требованиями законодательства и корпоративными стандартами.

7.1.3.1. Очное обслуживание осуществляется в ЦОК (ГРП), и при выездном обслуживании.

7.1.3.2. Очное обслуживание клиента-физического лица должно осуществляться:

– в любом ЦОК (ГРП) на территории МО, в зоне деятельности Общества вне зависимости от места расположения принадлежащих клиенту энергопринимающего устройства и (или) оборудования, с использованием которых осуществляется потребление коммунальных услуг;

– в клиентских офисах и дополнительных офисах обслуживания (при их наличии);

– в мобильных (передвижных) офисах (при их наличии);

– в формате выездного обслуживания, если этого требует бизнес-процесс Общества;

– посредством АСВК (при их наличии).

7.1.3.3. Очное обслуживание клиента - юридического лица должно осуществляться:

– в структурном подразделении Общества, к компетенции которого относится обслуживание клиентов данной категории с выделением отдельного помещения или рабочего места;

– в формате выездного обслуживания, если этого требует бизнес-процесс Общества.

7.1.3.4. Очное обслуживание может осуществляться посредством АСВК. Помещения, в которых расположены АСВК должны соответствовать основным требованиям организации обслуживания. Приоритетным расположением АСВК являются административные здания, Многофункциональные центры и(или) торгово-развлекательные комплексы.

7.1.3.5. Выездное очное обслуживание предоставляется клиенту:

– для организации очного обслуживания в удаленных населенных пунктах, где нет офисов обслуживания Общества;

– для проведения визуальных проверок, электротехнических работ, оказания коммерческих или иных услуг, которые требуют присутствия специалиста Общества на территории клиента;

– с ограниченными возможностями здоровья;

– в иных случаях, если этого требует бизнес-процесс Общества.

7.1.3.6. Очное обслуживание должно соответствовать требованиям, изложенным в Приложении № 1 к настоящему Стандарту.

7.1.4. Заочное обслуживание должно предоставляться в виде интерактивного и дистанционного обслуживания.

7.1.5. Интерактивное обслуживание должно быть максимально автоматизировано и направлено:

– на решение наиболее часто задаваемых вопросов клиентов;

– на оформление клиентом заявки и (или) заявления по сложным вопросам, в том числе жалоб (претензий);

– на приём информации от клиента;

– на приём платежей за оказанные услуги (относится к отдельным интерактивным сервисам);

– обеспечивать электронный документооборот.

7.1.5.1. В Обществе должна быть обеспечена работа следующих интерактивных сервисов:

– официальный сайт;

– ЛКК;

– электронная почта;

– терминалы;

– аккаунт в социальных сетях;

– российские мессенджеры (официальные каналы).

7.1.5.2. Официальный сайт, ЛКК и обслуживание посредством электронной почты относятся к обязательным интерактивным сервисам Общества, которые должны обеспечивать основные принципы обслуживания, утвержденные данным Стандартом.

7.1.5.3. Основные требования к официальному сайту Общества изложены в Приложении № 2 к настоящему Стандарту.

7.1.5.4. ЛКК является авторизованной зоной официального сайта Общества. Предусматривается наличие web версии и мобильного приложения ЛКК. Основные требования к ЛКК изложены в Приложении № 2 к настоящему Стандарту.

7.1.5.5. Обслуживание клиентов посредством электронной почты представляет собой официальную переписку Общества и клиента с использованием официального электронного адреса Общества. Обслуживание по электронной почте должно предоставлять:

– информационно-консультационное обслуживание, которое предполагает консультирование по вопросам договора предоставления услуг и коммерческих сервисов;

– обмен документами между Обществом и клиентом.

7.1.5.6. Обслуживание клиентов посредством электронной почты представляет собой официальную письменную переписку Общества и клиента с использованием официального электронного адреса Общества. Обработка письменных обращений клиентов по электронной почте предусматривает регистрацию, обработку обращения и направление письменных ответов, если клиент не указал иной способ предоставления ответа.

7.1.5.7. Терминалы самообслуживания могут располагаться на территории ЦОК (ГРП) и (или) в других организациях (исходя из потребности клиентов) и должны предоставлять:

– информационно-консультационное обслуживание, которое предполагает консультирование по вопросам договора, предоставления услуг и коммерческих сервисов;

– информационно-платёжное обслуживание, которое предполагает предоставление справочной услуги (например, запрос баланса, подключение смс-информирования), приём показаний и платежей по договору предоставления услуг и коммерческих сервисов.

7.1.5.8. Обслуживание через аккаунты в социальных сетях и российские мессенджеры должно предоставлять:

– установление быстрого контакта с Обществом;

– информирование о новостях Общества и по актуальным вопросам для клиента, в том числе осуществлять рекламно-информационную рассылку;

– консультирование по вопросам договора предоставления услуг и коммерческих сервисов по часто задаваемым вопросам;

– прием показаний;

– предоставлять возможность перехода к платёжным сервисам.

7.1.5.9. Для обработки обращений на простые (типовые) вопросы в интерактивных сервисах может быть использован чат-бот.

7.1.5.10. Полный перечень предоставляемых интерактивных сервисов на территории обслуживания Общества определяется исходя из региональных особенностей и экономической целесообразности.

#### 7.1.6. Дистанционное обслуживание направлено:

- на предоставление информационно-консультационного обслуживания по вопросам, связанным с предоставлением услуг, продажей товаров и коммерческих сервисов, которые относятся к компетенции Общества;
- на оформление заявки и (или) заявления от клиента по сложным вопросам, в том числе жалоб (претензий);
- на информационный обмен между Обществом и клиентом.

##### 7.1.6.1. Дистанционное обслуживание осуществляется посредством использования<sup>1</sup>:

- телефонной связи;
- почтовой связи.

7.1.6.2. Обслуживание клиентов по телефону должно обеспечиваться непрерывно, в соответствии с графиком работы КК и обеспечивать в работающем состоянии телефонные каналы связи между Обществом и клиентом.

7.1.6.3. Обслуживание по телефону должно быть реализовано через централизованную информационно-справочную службу, которая принимает и обрабатывает обращения клиентов по единому номеру на всей территории субъекта РФ, на которой представлено Общество. Допускается разделение телефонных номеров для обслуживания клиентов – физических лиц и клиентов – юридических лиц, а также выделение телефонных номеров по функциональному назначению.

7.1.6.4. Для обработки обращений на простые (типовые) вопросы по телефону должен быть использован IVR.

7.1.6.5. Требования к обслуживанию по телефону, включая IVR в части функциональных требований, изложены в Приложении 2 к настоящему Стандарту.

7.1.6.6. Обслуживание клиентов посредством почтовой связи представляет собой официальную письменную переписку Общества и клиента с использованием официального почтового адреса Общества. Обработка письменных обращений клиентов должна быть организована в соответствии с требованиями Группы по ведению документооборота и направлению письменных ответов, если клиент не указал иной способ предоставления ответа.

7.1.7. Для обслуживания клиентов могут быть использованы внешние информационные сервисы в сети Интернет Поставщиков услуг и/или Партнеров – ЛКК, форумы на платформе, портал ГИС ЖКХ, портал «Госуслуги», тематические региональные порталы и др.

7.1.8. Обслуживание, в том числе во внешних информационных сервисах в сети Интернет, должно соответствовать общим требованиям настоящего Стандарта, требованиям по информационной безопасности, а также другим корпоративным требованиям согласно ВНД Общества.

7.1.9. Очное и заочное обслуживание может осуществляться представителем Общества на основании договора оказания услуг по обслуживанию клиентов при условии соблюдения требований, изложенных в настоящем Стандарте.

#### 7.2. Требования к процессу обслуживания

##### 7.2.1. Процесс обслуживания клиентов может осуществляться:

- работниками Общества, которые непосредственно взаимодействуют с клиентами;
- работниками Общества, которые задействованы в процессах обслуживания;
- работниками иных организаций, с которыми Общество заключило договор на обслуживание клиентов.

7.2.2. Для всех форм обслуживания в Обществе должен быть реализован единый подход к организации процесса обслуживания, который включает 4 основных этапа:

1. начало обслуживания;
2. обработка обращения;
3. завершение обслуживания;

<sup>1</sup> Представленный список не является исчерпывающим и может быть скорректирован (сокращён или расширен)

4. получение обратной связи.

7.2.3. Этап 1. «Начало обслуживания» состоит из процедур:

- приветствие;
- идентификация.

7.2.3.1. Приветствие.

При обслуживании в ЦОК (ГРП) и по телефону работники приветствуют клиента согласно требованиям этикета. В интерактивных сервисах обслуживания должно быть настроено персонализированное приветствие клиента при наличии его регистрации и возможности идентификации.

В ЦОК (ГРП), при возможности, должна быть организована встреча клиента менеджером клиентского зала. При встрече клиенту может быть оказана помощь в использовании электронной системы очереди (при наличии), первичная консультация, проведена актуализация профиля клиента, предоставлена информация об интерактивном обслуживании, актуальных коммерческих услуг, предлагаемых Обществом или его партнёрами, предоставлены ответы на типовые вопросы.

7.2.3.2. Идентификация.

Для идентификации клиента - физического лица используется совокупность двух и более идентификаторов клиента: ФИО, номер мобильного телефона, адрес электронной почты, номер лицевого счета, реквизиты документа удостоверяющего личность, СНИЛС, адрес объекта, в отношении которого ранее поставлен товар и (или) предоставлена услуга Обществом, сумма ранее выставленного счета за услугу.

Для идентификации клиента - юридического лица может быть использована совокупность информации: ИНН, ОГРН, номер договора, адрес точки поставки (в случае заключения договора на предоставление услуг энергоснабжения).

При проведении идентификации работником фронт-офиса должна быть обязательно проведена актуализация профиля клиента. Актуализация профиля клиента должна осуществляться посредством дополнения или уточнения атрибутов профиля клиента в CRM по утверждённому алгоритму или скрипту. Профиль клиента должен отвечать требованиям к «Чистой базе», утвержденным в Обществе.

При обслуживании по телефону в режиме ожидания очереди также может быть осуществлена актуализация профиля клиента и (или) информирование по вопросам актуальных коммерческих услуг, проводимых акциях или дана иная актуальная информация.

7.2.4. Этап 2 «Обработка обращения» состоит из процедур:

- регистрация обращения;
- обработка обращения;
- закрытие обращения.

7.2.4.1. Регистрация обращения.

Каждое обращение клиента должно быть зарегистрировано в CRM с указанием:

- канала коммуникации;
- даты и времени создания;
- темы обращения в соответствии с ЕКТО;
- ФИО работника Общества.

Данная информация должна храниться в истории обращений клиента в течение установленного периода в Обществе, но не менее срока исковой давности.

При отзыве согласия на обработку персональных данных информация должна храниться в обезличенном виде с привязкой к л/с, за исключением отзыва такого согласия собственником (собственниками) помещения (фамилии, имени и отчества физического лица), а для жилых помещений государственного и муниципального жилищных фондов - нанимателем жилого помещения (с указанием фамилии, имени и отчества нанимателя).

7.2.4.2. Обработка обращений.

Данная процедура предполагает поиск информации по теме обращения, оформление и предоставление соответствующих документов клиенту работниками Общества при очном и заочном обслуживании или в автоматизированном режиме при интерактивном обслуживании.

Обработка обращений должна осуществляться работниками как фронт-офиса, так и бэк-офиса при рассмотрении вопросов, требующих детального анализа ситуации, экспертной оценки, определенных компетенций или участия профильных специалистов Общества, в этом случае работник фронт-офиса сообщает клиенту о сроках предоставления ответа на обращение с уточнением канала передачи информации.

Первичная обработка обращения должна проходить в подразделении фронт-офиса, при необходимости обращение клиента направляется в подразделение бэк-офиса в соответствии с утверждёнными регламентами процессов Общества, где происходит заключительная обработка обращения.

Обработка обращений и продажа коммерческих услуг могут осуществляться последовательно или одновременно в зависимости от вида обслуживания, тематики обращения или текущей ситуации, которая возникла при обслуживании. Реализация коммерческих услуг обеспечивается в виде консультирования и (или) осуществления непосредственной продажи.

Подразделения бэк-офиса должны обработать обращение клиента согласно срокам, установленным в регламентах процессов, обеспечить подготовку ответа и предоставление его клиенту удобным для него способом.

#### 7.2.4.3. Закрытие обращения.

Процедура осуществляется посредством фиксации результатов обработки обращения и сохранения истории обработки обращения клиента в CRM.

Закрытие обращения может быть только в случае получения клиентом полной информации по обращению. В случае направления обращения в подразделения бэк-офиса обращение не может считаться закрытым. В этом случае статус обращения определяется как «Перенаправлено исполнителю».

При закрытии обращения в CRM должны фиксироваться:

- Отчет (комментарии о результате обработки обращения, в т ч электронные копии предоставленных клиенту документов);
- Дата и время закрытия обращения;
- ФИО работника Общества (исполнителя).

#### 7.2.5. Этап 3. Завершение обслуживания.

Этап заключается в предоставлении дополнительной информации и прощании с клиентом.

Предоставление дополнительной информации осуществляется по вопросам использования интерактивного обслуживания и проведения актуализации профиля клиента, в случае если на предыдущих этапах обслуживания данная работа не была проведена.

Прощание с клиентом должно быть проведено в соответствии с требованием к этикету общения.

#### 7.2.6. Этап 4. Получение обратной связи.

На данном этапе необходимо производить сбор информации о качестве обслуживания посредством доступных способов. Обратная связь направлена на получение информации от клиента об уровне удовлетворённости обслуживанием в Обществе и других опросах.

Информация о полученной обратной связи должна фиксироваться в соответствующей карточке обращения в CRM с указанием даты и канала получения обратной связи.

7.2.7. Детализация процесса обслуживания раскрывается в типовых алгоритмах обслуживания в разрезе сегментов клиентов и тематик обращений, утверждается в Обществе в качестве ВНД.

7.2.8. Информация, передаваемая клиентами в процессе обслуживания, а также история взаимодействия клиентов с Обществом, должны храниться в КСУ ОД. Хранение информации должно обеспечиваться в соответствии с законодательством.

### 7.3. Требования к внешней и внутренней организации обслуживания

7.3.1. Внешняя организация обслуживания отражает внешний вид, организацию пространства, обеспечение ресурсами, оформление и информационное наполнение. Требования к внешней организации распространяются на здания и помещения, где осуществляется обслуживание, дистанционные и интерактивные сервисы, рабочие места специалистов.

7.3.2. Внешняя организация обслуживания должна соответствовать требованиям законодательства, фирменному стилю и ВНД Общества, отражающим вопросы внешней организации обслуживания.

7.3.3. Внутренняя организация обслуживания предусматривает:

- организацию выполнения процесса обслуживания во всех КК;
- организацию взаимодействия между подразделениями;
- график обслуживания;
- время обслуживания и выполнения операций (SLA);
- ЕКТО;
- единые скрипты и алгоритмы обслуживания.

7.3.4. Организация выполнения процесса обслуживания предполагает исполнение процедур согласно регламентам бизнес-процессов, типовых алгоритмов и процессов обслуживания и иных ВНД, утверждённых в Обществе.

7.3.5. Организация взаимодействия между подразделениями, участвующими в процессе обслуживания, должна быть описана в регламентах бизнес-процессов обслуживания и типовых алгоритмах обслуживания, иных ВНД, утверждённых в Обществе.

7.3.6. Требования к графику очного обслуживания.

Прием обращений должен быть организован в режиме 24/7 с рациональным распределением нагрузки между всеми КК, с учетом режима работы каждого КК.

7.3.6.1. Требования к графику очного обслуживания в ЦОК и с использованием АСВК.

Для обслуживания физических лиц должен быть установлен график обслуживания не менее 40 часов в неделю (36 часов в неделю - в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях) (кроме недель, на которые приходятся официальные нерабочие праздничные дни), не менее 6 часов из которых должны приходиться на субботу и (или) воскресенье, кроме официальных нерабочих праздничных дней.

Для обслуживания юридических лиц и Клиентов, приравненных категорий должен быть установлен график обслуживания не менее 40 часов в неделю (36 часов в неделю - в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях), кроме недель, на которые приходятся официальные нерабочие праздничные дни.

График обслуживания должен исключать время обеденных и (или) технических перерывов.

Допускается смещение графика обслуживания в зависимости: от количества обращений, территориальных особенностей, обеспечения обслуживания в вечернее время, выходные и праздничные дни.

7.3.6.2. Требования к графику очного обслуживания в ГРП.

Для обслуживания клиентов должен быть установлен график обслуживания не менее 40 часов в неделю (36 часов в неделю - в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях) (кроме недель, на которые приходятся официальные нерабочие праздничные дни), кроме официальных нерабочих праздничных дней.

График обслуживания может быть установлен в зависимости: от количества обращений, территориальных особенностей, графика работы организации, на территории, которой располагается ГРП, необходимости обеспечения обслуживания в вечернее время, выходные и праздничные дни.

7.3.6.3. График очного обслуживания в ЦОК (ГРП), в том числе с использованием АСВК устанавливается в Обществе и утверждается приказом Генерального директора Общества не реже 1го раза в год.

7.3.6.4. График выездного обслуживания должен устанавливаться исходя из потребностей Общества и в интересах клиента.

График выездного обслуживания с использованием Мобильных офисов утверждается приказом Генерального директора не реже 1 раза в квартал, с указанием территории обслуживания.

Информация о местах, датах и времени присутствия Мобильных офисов должна размещаться на официальном сайте в разделе «Новости компании», в ПД не позднее чем за 1 месяц, либо в отдельном уведомлении, не позднее чем за 5 рабочих дней до проведения мероприятия по очному обслуживанию.

Информация о местах, датах и времени присутствия Мобильных офисов может быть размещена в Администрации, торговых центрах, в местных СМИ или другим способом удобным для клиента.

7.3.6.5. В связи с изменением законодательства, требований корпоративных стандартов и (или) при возникновении форс-мажорных обстоятельств график обслуживания может быть пересмотрен чаще указанных сроков.

7.3.7. Требования к графику обслуживания по телефону.

IVR должен обеспечивать работу сервиса 24 часа в течении 7 дней в неделю без учета выходных и официальных нерабочих праздничных дней.

7.3.7.1. Приём вызовов от клиентов B2C по телефону оператором осуществляется ежедневно не менее 10 часов в день с понедельника по субботу (кроме официальных нерабочих праздничных дней). Допускается сокращение времени обслуживания по телефону в субботу до 6 часов в день.

7.3.7.2. Приём вызовов от клиентов B2B по телефону оператором и или специалистом осуществляется ежедневно не менее 8 часов в день с понедельника по пятницу (кроме официальных нерабочих праздничных дней).

7.3.8. График работы работников Общества, участвующих в процессе обслуживания, должен обеспечивать доступность обслуживания и соответствовать требованиям Трудового законодательства.

7.3.9. Требования к соблюдению среднего (за календарный месяц) времени ожидания в очереди.

7.3.9.1. Среднее время ожидания в очереди при очном обслуживании в ЦОК (ГРП) не должно превышать значения плановых показателей, которые устанавливаются приказом Генерального директора 1 раз в год с учетом рекомендаций ПАО «Интер РАО» по значениям SLA.

7.3.9.2. Среднее время ожидания ответа по телефону с момента соединения (в случае обслуживания с использованием IVR с момента выхода клиента из системы IVR) до момента ответа работника Общества или его представителя не должно превышать значения плановых показателей, которые устанавливаются приказом Генерального директора 1 раз в год с учетом рекомендаций ПАО «Интер РАО» по значениям SLA.

7.3.10. Среднее время выполнения операций при обслуживании должно соответствовать требованиям, установленным в корпоративных стандартах, регламентах бизнес-процессов, типовых алгоритмах обслуживания, а также регламентах смежных процессов, утверждённым в Обществе.

7.3.10.1. Требования к выполнению операций могут меняться в зависимости от КК, по которому поступило обращение, и тематики обращения клиента, что утверждается корпоративными стандартами или ВНД Общества.

7.3.10.2. На письменные обращения клиентов должны быть предоставлены ответы, по существу, в течение 20 календарных дней с момента получения обращения, если меньший срок не установлен законодательством РФ или корпоративными стандартами Общества.

7.3.11. Обращения клиентов должны быть систематизированы в соответствии с ЕКТО.

7.3.12. Требования к единым скриптам и алгоритмам.



7.3.12.1. В Обществе должны быть разработаны и утверждены скрипты ответов и алгоритмы действий обработки обращений по каждой теме ЕКТО, в части услуг, предоставляемых Обществом, а также для каждого сценария продаж коммерческих сервисов, которые должны использоваться для всех форм обслуживания.

7.3.12.2. Допускается вариативность использования алгоритмов и (или) скриптов в зависимости от КК, при условии утверждения таких вариантов в Обществе.

7.3.12.3. Скрипты должны разрабатываться на основе утверждённых в Обществе регламентов процессов и иных ВНД, а также законодательства РФ, раскрывающих тему обращений и при соблюдении этикета общения.

7.3.12.4. Рекомендуется разработка «статичных» скриптов для простых вопросов и «мобильных» скриптов для сложных вопросов, которые могут иметь вариативность применения.

7.3.12.5. Алгоритмы должны разрабатываться на основе утверждённых в Обществе регламентов бизнес-процессов, рекомендованных типовых алгоритмов и инструкций по работе в ИС.

7.3.12.6. Для повышения качества обслуживания в Обществе должны быть разработаны:

- скрипты по тематикам обращений клиентов для консультирования;
- скрипты по тематикам информирования клиентов;
- алгоритмы по тематикам обращений клиентов, требующих совершения каких-либо операций.

7.3.12.7. Справочник клиента должен быть удобен и доступен для клиентов в ЦОК (ГРП), ЛКК и на официальном сайте при условии размещения отдельных Справочников для физических и юридических лиц.

7.4. Требования к техническому оснащению и к наличию программного обеспечения

7.4.1. Для каждого вида обслуживания в Обществе должно использоваться централизованное программное обеспечение с возможностью доступа к единой в Группе БД клиентов и единой базе знаний.

7.4.2. Рабочие места работников Общества должны быть оборудованы в соответствии с требованиями стандартов рабочего места утверждёнными ВНД Общества.

7.5. Требования к этикету обслуживания и дресс-коду работников.

7.5.1. Работники Общества, прямо или косвенно участвующие в процессе обслуживания, должны соблюдать общие этические нормы общения, требования Кодекса корпоративной этики ПАО «Интер РАО» и требования, изложенные в Приложение № 3 настоящим Регламентом.

7.5.2. Работники Общества, участвующие в процессе обслуживания, которые непосредственно взаимодействуют с клиентами при личном контакте, должны соблюдать требования к дресс-коду согласно Приложению № 3 настоящего стандарта.

## **8. ТРЕБОВАНИЯ К МОНИТОРИНГУ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ**

8.1. Мониторинг качества обслуживания должен включать сбор, анализ и оценку различных параметров, имеющих прямое или косвенное влияние на качество обслуживания.

8.2. Качество обслуживания должно оцениваться исходя из следующих принципов:

- минимизация времени клиента, затрачиваемого им на получение услуги и (или) товара, в том числе посредством минимизации личных контактов между клиентом и Обществом;
- оперативность реагирования на жалобы (претензии) и устранение выявленных недостатков в процессе взаимодействия с клиентом;
- индивидуальный подход к клиенту, в том числе к людям с ограниченными возможностями здоровья, ветеранам и социально незащищённым категориям населения;
- соблюдение установленных сроков обслуживания;
- полнота, актуальность и достоверность информации;
- омниканальность сбора и предоставления информации;
- бизнес-процесс обслуживания соответствует целевому пути клиента;

- исполнение требований законодательства и корпоративных стандартов.

8.3. Для общей оценки качества обслуживания должны использоваться ключевые и базовые показатели.

8.4. Ключевыми показателями качества обслуживания для Общества должны быть:

- Интегрированный индекс лояльности, определяющий общий уровень лояльности, рассчитанный на основе совокупных оценок клиентов, выявленных в ходе опроса;
- Индекс лояльности (NPS), определяющий уровень лояльности клиентов путём сравнения долей экстремальных приверженцев и критиков компании, выявленных на основе опроса;
- Индекс удовлетворенности (CSI) общий и в разрезе КК, определенный на основе опроса клиентов по итогам обслуживания.

8.5. Базовыми показателями качества обслуживания являются:

- Доступность КК, а именно предоставление клиенту удобного обслуживания по месту и времени вне зависимости от территориальной расположенности с использованием различных КК;
- Качество обработки обращений, а именно правильное выполнение Обществом необходимых действий с момента первого обращения клиента в Общество;
- Уровень жалоб клиентов на качество оказанной услуги и/или поставленного товара;
- Показатель «Доля вопросов клиентов, решенных с первого обращения»;
- Индекс потребительских усилий, определяемый на основе опроса клиентов по итогам обслуживания;
- Среднее время ожидания клиента в очереди;
- Среднее время обслуживания клиента.

8.6. При оценке качества обслуживания должно быть учтено количество обоснованных жалоб клиентов на горячую линию [hotline@interao.ru](mailto:hotline@interao.ru).

8.7. Общая оценка качества обслуживания в Обществе должна быть сделана по совокупности оценок всех указанных показателей обслуживания.

8.8. Сбор и расчет показателей производится по утвержденным методикам, которые разрабатываются на основе ВНД Общества.

8.9. Общество должно обеспечить автоматизацию мониторинга качества обслуживания.

8.10. Мониторинг качества обслуживания по ключевым и базовым показателям должен проводиться на постоянной основе не реже 1 раза в год, специальными подразделениями Общества и ПАО «Интер РАО», а также с привлечением независимых компаний для обеспечения объективной оценки.

8.11. Для повышения качества обслуживания необходимо проводить оценку и анализ восприятия клиентов, барьеров на пути клиента, анализ стандартов и процессов обслуживания, каналов и сервисов обслуживания в разрезе сегментов клиентов.

8.12. Для анализа восприятия клиентов необходимо проводить:

- оценку удовлетворенности и вовлеченности клиентов;
- анализ ожиданий клиентов;
- анализ обратной связи по полученной услуге;
- диагностику причин недовольства клиентов.

8.13. Для анализа барьеров клиентского пути необходимо проектировать оптимальный целевой путь клиента по каждой услуге, а также на постоянной основе проводить анализ соответствия фактического пути клиента целевому состоянию, выявлять узкие места и барьеры для формирования предложений по устранению узких мест и барьеров.

8.14. Для анализа стандартов и процессов обслуживания необходимо проводить анализ соблюдения работниками Общества стандартов обслуживания и анализ адекватности стандартов предоставления услуг ожиданиям клиента. Так же необходимо проводить оценку сервисных КПЭ,

анализ голосовой и видео- аналитики, анализ обращений в разрезе тематик, оценку КПЭ процессов обслуживания.

8.15. Для анализа каналов и сервисов обслуживания необходимо проводить анализ сервисных КПЭ, себестоимости обслуживания в части затрат Общества на обработку обращений в каждом из них для каждого сегмента клиентов.

8.16. На основе полученных оценок и анализа показателей формируются рекомендации, которые должны быть проработаны с учетом лучших практик обслуживания, апробированы и предложены к внедрению в Обществе.

8.17. На основе результатов мониторинга качества обслуживания Общество должно формировать предложения по повышению качества обслуживания, формировать Программу повышения качества и проводить мероприятия по ее реализации.

## 9. ТРЕБОВАНИЯ К СТАНДАРТАМ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ

9.1. Для обслуживания всех клиентов применяются требования, указанные в настоящем Стандарте.

## 10. НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

Внешние нормативные документы

№ п/п	Номер и Дата документа	Наименование документа
1	№ 152-ФЗ от 27.07.2006	Федеральный закон «О персональных данных»
2	№ 442 от 04.05.2012	Постановление Правительства РФ «О функционировании розничных рынков электрической энергии, полном и (или) частичном ограничении режима потребления электрической энергии»
3	№ 354 от 06.05.2011	Постановление Правительства РФ «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов»
4	№ 1382 от 22.12.2021	Постановление Правительства РФ «О присоединении информационных систем организаций к инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг и исполнения государственных и муниципальных функций в электронной форме» (вместе с «Правилами присоединения информационных систем организаций к инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг и исполнения государственных и муниципальных функций в электронной форме»)

## 11. ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение №1. Требования к очному обслуживанию.

Приложение № 2. Требования к заочному обслуживанию.

Приложение № 3. Требования к этикету общения и дресс-коду.

Приложение № 4. Стандарты обслуживания клиентов с учетом сегментации.

## ТРЕБОВАНИЯ К ОЧНОМУ ОБСЛУЖИВАНИЮ.

1. Основными задачами очного обслуживания клиентов являются:
  - формирование и актуализация профиля клиента;
  - консультирование по вопросам предоставления услуг (товаров) и коммерческих сервисов;
  - оформление услуг в рамках договора предоставления услуг (товаров) и коммерческих сервисов;
  - приём документов (оригиналы или копии документов клиента, письменные заявления и прочее);
  - выдача документов (оригиналы или копии договора ресурсоснабжения, купли-продажи коммунального ресурса, оказание иных услуг и(или) договор на покупку товаров, справки, выписки, платёжные документы и прочее);
  - продажа коммерческих сервисов;
  - приём претензий (жалоб).
2. Очное обслуживание может осуществляться в следующих КК:
  - в ЦОК (ГРП);
  - АСВК.
- 2.1. Очное обслуживание в ЦОК является обязательной формой обслуживания для Общества, которое имеет статус Гарантирующего поставщика (далее – ГП).
- 2.2. Задачи очного обслуживания, перечисленные в п.1. настоящего Приложения, в полном объеме относятся к очному обслуживанию в ЦОК, но не являются исчерпывающими. В зависимости от потребностей бизнеса и клиента перечень задач может быть дополнен задачами, которые не противоречат корпоративным стандартам и требованиям законодательства.
- 2.3. Для удобства клиентов Общество может обеспечить очное обслуживание за счет открытия ГРП в зависимости от финансовой и территориальной целесообразности на основании решения генерального директора Общества.
- 2.4. Перечень задач очного обслуживания, указанные в п.1. настоящего Приложения, в отношении ГРП может быть сокращен исходя из целей открытия ГРП и потребностей клиента.
3. Очное обслуживание в ЦОК (ГРП) может осуществляться работниками подразделений фронт-офиса Общества в рамках своих должностных обязанностей, утвержденных в Обществе, и (или) работниками подрядных организаций, согласно договору на оказание услуг по обслуживанию клиентов. Работники фронт-офиса должны обеспечивать обслуживание клиентов, исключая необходимость их взаимодействия с иными подразделениями Общества.
4. Выездное очное обслуживание может осуществляться работниками подразделений фронт-офиса и бэк-офиса в соответствии с целями выездного обслуживания в рамках своих должностных обязанностей, утвержденных в Обществе, и (или) работниками подрядных организаций, согласно договору на оказание услуг по обслуживанию клиентов или оказания иных услуг.
5. Требования к инфраструктуре очного обслуживания.
  - 5.1. Очное обслуживание клиентов Общество должно обеспечить за счет открытия и содержания ЦОК.
  - 5.2. ЦОК должны размещаться в шаговой доступности от административных зданий органов управления МО, отделений банков или Почты России, крупных магазинов и (или) с остановками общественного транспорта.
  - 5.3. Для удобства клиентов Общество может обеспечить очное обслуживание за счет открытия ГРП в зависимости от финансовой и территориальной целесообразности на основании решения генерального директора Общества.
  - 5.4. Основанием для открытия ГРП является наличие одного из указанных факторов:

– появление новых жилых районов, микрорайонов, жилых комплексов, населённых пунктов и т.п.,

– труднодоступность существующих ЦОК для граждан, с ограниченными физическими способностями и пенсионеров;

– нецелесообразность открытия в населённых пунктах ЦОК.

5.5. ГРП должен быть расположен в районе с развитой инфраструктурой вблизи торговых центров/магазинов/поликлиник и (или) остановок общественного транспорта. При отсутствии кассы для приема платежей и (или) терминала для приёма платежей, ГРП должен находиться вблизи отделения банка/отделения АО «Почта России» или других агентов, обеспечивающих приём платежей.

5.6. Требования к расположению АСВК соответствуют, указанным в п.5.5. и 5.6. Приложения 1 настоящей Методики, а также могут располагаться на территории ЦОК как дополнительное окно для обслуживания.

5.7. В случае отсутствия в населенном пункте ЦОК, ГРП, создание которых является нецелесообразным, может быть организовано выездное обслуживание для потребителей населенного пункта. В случае организации выездного обслуживания осуществляется информирование клиентов посредством опубликования на официальном сайте режима работы мобильного офиса, а также размещения на платежном документе потребителей, чьи энергоснабжаемые объекты и (или) объекты жилищно-коммунальных услуг расположены в указанном населенном пункте.

6. Процесс очного обслуживания в ЦОК (ГРП), с использованием АСВК должен соответствовать требованиям настоящего Стандарта, детализирован в ВНД и утвержден приказом генерального директора Общества.

7. Требования к внутренней организации очного обслуживания.

7.1. Работникам подразделений, осуществляющим очное обслуживание клиентов, может быть установлен скользящий и (или) сменный график работы.

7.2. Требования к организации системы электронной очереди в ЦОК:

– функционирование системы электронной очереди в ЦОК, в котором количество точек поставки населению составляет более 50 тыс. точек поставки, является обязательным;

– для ЦОК, где количество точек поставки населению составляет менее 50 тыс. точек поставки, должно быть обеспечено функционирование системы электронной очереди в срок, указанный в уведомлении о необходимости обеспечения функционирования системы электронной очереди контролирующим органом.

7.3. Требование к функциональности системы электронной очереди:

– фиксация времени ожидания клиентов в очереди на обслуживание с момента времени, указанного в качестве начала обслуживания (время получения талона);

– возможность приоритизации приема по предварительной записи;

– возможность приоритизации приема для инвалидов и ветеранов;

– хранение информации о времени ожидания клиентов в очереди на обслуживание в течение года с даты приема посетителей;

– возможность размещения информационных и (или) рекламных видеороликов, информационной (бегущей) строки;

– печать талона;

– интеграция с CRM для фиксации информации:

• Номер талона;

• Время получения талона;

• Время вызова клиента Оператором;

• Код тематики обращения, соответствующий справочнику ЕКТО в CRM;

• Оценка качества обслуживания (в случае если функционал для получения оценки качества обслуживания есть в ИС СУЭО);

- Номер мобильного телефона (в случае использования предварительной записи).
- 7.4. Требования к организации и управлению «живой» очередью в процессе очного обслуживания в ЦОК, где количество точек поставки населению составляет менее 50 тыс. точек поставки, ГРП, устанавливаются в Обществе и утверждаются приказом Генерального директора.
  - 7.5. В ЦОК должно быть предусмотрено обслуживание клиентов по предварительной записи через официальный сайт, ЛКК, чат-бот и по телефону.
  - 7.6. Обслуживание вне очереди регламентируется законодательством РФ.
  - 7.7. Среднее (за календарный месяц) время ожидания клиента в очереди до начала его очного обслуживания специалистом должно составлять не более 15 минут.
  - 7.8. Работники Общества должны осуществлять очное обслуживание клиентов по утверждённому в Обществе перечню тематик обращений клиентов, относящихся к очному обслуживанию.
  - 7.9. Среднее время очного обслуживания должно составлять не более 15 минут. Исключения составляют обращения, включающие в себя более 3х тем или темы имеющие региональные особенности.
8. Требования к внешней организации очного обслуживания.
    - 8.1. Требования к зданию, в котором расположен ЦОК и прилегающей территории.
      - 8.1.1. Здание должно быть в хорошем состоянии (здание покрашено или оштукатурено, на стенах отсутствуют трещины, пятна, разводы, рамы и оконные стёкла целые и чистые). Фасад должен быть оформлен в едином корпоративном стиле.
      - 8.1.2. У центрального входа в здание/помещение стационарного офиса устанавливается табличка, где указывается наименование ЦОК, график обслуживания, телефон КЦ, адрес официального сайта, почтовый адрес Общества.
      - 8.1.3. Прилегающая территория и крыльцо должны содержаться в чистоте (отсутствует мусор, зимой территория очищена от снега и наледи, отсутствуют сосульки на крыше и т.д.). Рядом с входом в здание должна быть установлена урна для мусора.
      - 8.1.4. Вход в здание ЦОК и территория перед входом должны быть хорошо освещены в тёмное время суток.
      - 8.1.5. Перед входом в ЦОК используются нескользящие коврики или нескользящее покрытие (плитка). Ступени (при наличии) должны быть покрыты противоскользящим материалом.
      - 8.1.6. На входных дверях расположены обозначения с указанием направления открытия дверей.
    - 8.2. Для обеспечения доступа в ЦОК лиц с ограниченными возможностями здоровья и клиентов с детскими колясками должна быть организована «Доступная среда»:
      - 8.2.1. Вход в здание должен быть оборудован пандусом/рампой или иным приспособлением.
      - 8.2.2. Возле входа в доступном месте на высоте 80-110 см. должна быть расположена кнопка для вызова персонала. Кнопка обозначается табличкой «Вызов персонала», а также одноименной табличкой с инструкцией на языке Брайля.
      - 8.2.3. При наличии отдельного входа в ЦОК для людей с ограниченными возможностями здоровья, дверь должна быть открыта в часы работы ЦОК.
      - 8.2.4. На стеклянных входных дверях (при их наличии) расположены обозначения для слабовидящих людей.
      - 8.2.5. Ширина коридоров, лестничных маршей и дверных проемов, должны соответствовать требованиям действующих СанПиН для общественных помещений.
    - 8.3. Требования к праздничному оформлению зданий и помещений.
      - 8.3.1. В последний рабочий день перед государственным праздником РФ на здании офиса вывешиваются (либо поднимаются на мачтах, флагштоках):
        - Государственный флаг Российской Федерации (располагается в центре);

– флаг субъекта, на территории которого Общество обеспечивает обслуживание (располагается слева от Государственного флага Российской Федерации);

– флаг Общества или Группы (располагается справа от Государственного флага Российской Федерации).

8.3.2. Снятие флагов осуществляется в первый рабочий день после праздника.

8.3.3. Допускается оформление помещений ЦОК в связи с предстоящими государственными праздниками или Днём Города, на территории которого работает ЦОК, не ранее, чем за 10 рабочих дней до праздничной даты. В течение 5 рабочих дней после праздничной даты праздничное оформление должно быть убрано.

8.4. Требования к внешней организации помещений ЦОК.

8.4.1. Помещение ЦОК должно быть ухоженным и опрятным, стены и элементы отделки чистыми, без видимых повреждений.

8.4.2. Мебель – столы/стойки и места для сидения клиентов - должны быть чистыми (не содержат пыли, грязи, пролитой жидкости и других пятен, которые могут оставить след на одежде) и без видимых повреждений.

8.4.3. Помещения ЦОК должны быть обеспечены доступом свежего воздуха, комфортной температурой и хорошим освещением в соответствии с требованиями СанПин.

8.4.4. В случае размещения ЦОК на нескольких этажах здания, при входе должна размещаться табличка навигации, где указываются этажи и размещённые на них подразделения (с указанием номеров кабинетов при наличии).

8.4.5. При входе в стационарный офис, должны быть размещены впитывающие коврики и установлена урна для мусора.

8.4.6. Помещение ЦОК должно быть разделено на зоны:

– клиентский зал, который разделён на зону ожидания и зону обслуживания, где размещаются работники фронт-офиса;

– зона обслуживания должна быть разделена для обслуживания клиентов сегмента B2B и B2C;

– по возможности для обслуживания клиентов сегмента B2B может быть выделена переговорная зона;

– зона размещения работников бэк-офиса и административного персонала.

8.4.7. Клиентский зал должен быть обеспечен кассой или платёжным терминалом для оплаты услуг и (или) товаров.

8.4.8. В клиентском зале должна быть организована навигация в соответствии с утвержденным бренд-буком Общества:

– при входе в клиентский зал организованы потолочные/настенные указатели и (или) таблички «клиентский зал», «Частные клиенты», «Корпоративные клиенты», «Касса» (при наличии), «Терминал обслуживания», «Выход» (включая аварийный);

– допускается размещать на полу указатели-наклейки.

8.4.9. При входе в клиентский зал размещается терминал электронной очереди и инструкция по ее использованию в виде схемы. Терминал электронной очереди устанавливается в ЦОК, в котором количество точек поставки населению составляет не менее 50 тыс. точек поставки.

8.4.10. Зона ожидания клиентского зала организована для размещения клиентов в пиковые дни (часы) приёма и должна быть не менее 4 квадратных метров на одного работника, обслуживающего клиента (одного окна обслуживания).

8.4.11. Для клиентов в зоне ожидания должны быть:

– не менее одного сидячего места на одного работника, обслуживающего клиента (одного окна обслуживания);

– отдельный стол, стул и канцелярские принадлежности для ознакомления с документацией или письменного оформления документов;

– детский уголок для клиентов с детьми (при наличии дополнительной площади).

8.4.12. В зоне ожидания допускается размещение:

- ящика для приёма показаний ПУ, где на лицевой стороне ящика размещается информация о периоде приёма показаний;
- стойки-парус для размещения брошюр и буклетов формата А4 и (или) А5 с рекламно-информационными материалами Общества или партнёрскими программами;
- горшка с растениями и/или вазы с цветами при условии, что они не мешают ознакомлению клиента с рекламно-информационными материалами.

8.4.13. В зоне ожидания запрещается:

- размещать шкафы/полки со служебными документами или личными вещами работников;
- размещать на столах/полках/стойках для клиентов и на рабочих местах работников фронт-офиса горшки/вазы с растениями/цветами.

8.4.14. Обслуживание клиентов в ЦОК осуществляется в зоне обслуживания в режиме тет-а-тет за столом. Допускается организация обслуживания клиентов в формате стойки.

8.4.15. Над рабочим местом работника фронт-офиса должно быть оборудовано электронное табло, где указывается номера окна обслуживания и номер талона электронной очереди. Допускается замена электронного табло на табличку с указанием номера окна обслуживания.

8.4.16. Кабинет руководителя ЦОК должен находиться на его территории или в непосредственной близости к клиентскому залу.

8.4.17. Проход в зону бэк-офиса по возможности должен осуществляться через пропускную систему.

8.4.18. У входа в каждый кабинет (при их наличии) должны быть размещены таблички с наименованием подразделения/помещения, ФИО и должностью работника Общества.

8.4.19. Внешнее оформление здания и помещений ЦОК должно соответствовать брендбуку, утвержденному в Обществе.

8.5. Требования к размещению информации в ЦОК.

8.5.1. В зоне обслуживания на видном месте должна быть размещена информация, где указана категория клиентов имеющих право на обслуживание вне очереди в соответствии с законодательством РФ.

8.5.2. В зоне ожидания должно быть размещено:

- общая информация о территории обслуживания Общества;
- закон РФ «О защите прав потребителей»;
- стандарт качества обслуживания клиентов;
- информация о порядке подачи и рассмотрения обращений клиентов, содержащих жалобы, с указанием сроков рассмотрения обращений и предоставления ответа;
- график загрузки ЦОК;
- информация об интерактивных и дистанционных сервисах;
- информация о горячей линии ПАО «Интер РАО».

8.5.3. В зоне ожидания для клиентов сегмента В2С должна быть размещена информация в части оказания услуг (продажи товаров) и коммерческим сервисам:

- порядок и сроки заключения договора ресурсоснабжения, предусмотренные законодательством РФ;
- прейскурант цен на услуги (товары) и коммерческие сервисы с указанием источника официального документа (приказ в Обществе об утверждении прейскуранта цен) в перекидной системе и (или) размещение информации с QR кодом для перехода на электронный ресурс, где размещена данная информация для просмотра и (или) скачивания;
- бланки типовых документов на оказание услуг и коммерческих сервисов;
- образцы заполнения типовых документов и заявлений на оказание услуг и коммерческих сервисов;



- ссылки на официальный сайт, личный кабинет, а также QR код для перехода на электронный ресурс.

Для Общества, имеющего статус ГП в зоне ожидания, должна быть размещена информация в части оказания услуг по энергоснабжению и коммерческим сервисам:

- информация в соответствии со Стандартами раскрытия информации субъектами оптового и розничных рынков электрической энергии, в том числе допускается размещение QR кода для перехода на электронный ресурс, где размещена данная информация;

- порядок и сроки заключения договора энергоснабжения, предусмотренные законодательством РФ;

- тарифы на энергоресурсы на текущий период регулирования с указанием источника официального опубликования решения органа исполнительной власти в области государственного регулирования тарифов субъекта РФ;

- наименование приборов учёта, установку которых осуществляет Общество, их стоимость и стоимость работ по их установке;

- прочая информация в соответствии с законодательством РФ.

8.5.4. В зоне ожидания для клиентов сегмента B2B должна быть размещена информация в части оказания услуг (продажи товаров) и коммерческим сервисам:

- прейскурант цен на услуги (товары) и коммерческие сервисы с указанием источника официального документа (приказ в Обществе об утверждении прейскуранта цен). Допускается размещение QR кода для перехода на электронный ресурс, где размещена данная информация;

- бланки типовых документов на оказание услуг и коммерческих сервисов;

- образцы заполнения типовых документов и заявлений на оказание услуг и коммерческих сервисов;

- ссылки на официальный сайт, личный кабинет, а также QR код для перехода на электронный ресурс.

Для Общества, имеющего статус ГП в зоне ожидания, должна быть размещена информация в части оказания услуг по энергоснабжению и коммерческим сервисам:

- информация в соответствии со Стандартами раскрытия информации субъектами оптового и розничных рынков электрической энергии, в том числе допускается размещение QR кода для перехода на электронный ресурс, где размещена данная информация;

- порядок и сроки заключения договора энергоснабжения, предусмотренные законодательством РФ.

8.5.5. Многостраничные копии нормативно-правовых актов РФ, напрямую или косвенно регулирующих деятельность Общества, предоставляются работниками по запросу клиента на бумажном носителе для ознакомления.

8.5.6. В случае наличия конкретных указаний в НПА по размещению данных документов в доступном и видимом для клиентов месте, документы размещаются на информационных стендах.

8.5.7. В зоне ожидания должна быть размещена информация о предоставляемых коммерческих услугах - перечень КУ, стоимость и условия предоставления.

8.5.8. Прейскурант на товары и коммерческие услуги должен находиться в отдельной перекидной системе и (или) размещение информации с QR кодом для перехода на электронный ресурс, где размещена данная информация для просмотра и (или) скачивания;

8.5.9. В клиентском зале могут размещаться:

- настенные рамки формата А1/А2 с плакатами с рекламно-информационными материалами Общества или партнёрские программы (при отсутствии места, в зонах ожидания размещаются 1-2 настольные подставки формата А4);

- TV-панель для беззвучной трансляции информационно-рекламных видеороликов Общества, а также партнёрских программ;

– торговое оборудование для осуществления розничной торговли (торговые/вендинговые автоматы, витрины с продукцией и прочее) товарами, входящими в утверждённый перечень товаров.

– при наличии в ЦОК витрин в них должны размещаться настенные рамки с плакатами формата А2 с актуальной рекламой Общества или для рекламы партнёрских программ.

8.5.10. На столах/стойках работников фронт-офиса должны размещаться:

– настольная табличка с его именем, фамилией, должностью «Вас обслуживает...»;

– настольная подставка для информационно-рекламных буклетов Общества или партнёрских программ;

– табличка с текстом: «Если Вы недовольны качеством обслуживания, пожалуйста, позвоните по телефону (номер телефона КЦ). Мы обязательно разберёмся в сложившейся ситуации и сообщим Вам о результатах»;

– табличка для закрытого окна.

8.5.11. Информация, размещаемая для клиентов, должна актуализироваться в соответствии с ВНД и законодательством.

8.5.12. В ЦОК запрещается размещать рекламно-информационные и иные материалы, а также товары, не установленные приказом руководства Общества.

8.6. Требования к организации перерывов в работе работников ЦОК.

8.6.1. Технические перерывы предоставляются работникам ЦОК в соответствии с законодательством РФ.

8.6.2. Перерывы на отдых и обед работников регулирует руководитель ЦОК в зависимости от количества клиентов в очереди.

8.6.3. Для работников ЦОК должна быть организована комната приёма пищи, которая должна соответствовать требованиям СанПиН и обеспечена необходимой мебелью и электроприборами.

8.7. Требования к обеспечению и оснащению рабочих мест работников ЦОК.

8.7.1. Рабочие места работников фронт-офиса и бэк-офиса должны быть оснащены и оборудованы в соответствии с требованиями Стандарта рабочего места (далее – СТРМ).

8.7.2. СТРМ является организационно-распорядительным документом Общества, в котором изложены требования в отношении всех должностей, участвующих в процессе обслуживания клиентов.

8.7.3. СТРМ должен содержать требования по следующим разделам:

– эргономические требования, в соответствии с требованиями ГОСТА, где излагаются требования к рабочим местам при выполнении работ сидя, стоя, а также к рабочим местам в транспортном средстве;

– санитарно-гигиенические требования в соответствии с требованиями охраны труда, где излагаются требования к системе санитарно-технических, гигиенических и организационных мероприятий и средств, предотвращающих воздействие на людей вредных производственных факторов. В этих целях по установленным нормам должны быть оборудованы санитарно-бытовые помещения для приёма пищи, оказания медицинской помощи, комнаты для отдыха. Создаются санитарные посты с аптечками, укомплектованными набором лекарственных средств и препаратов для оказания первой помощи;

– требования к безопасности должны отражать требования к пожарной безопасности и электробезопасности в соответствии с действующим законодательством РФ;

– требования к программному обеспечению содержат перечень офисных программных продуктов и ИС с указанием уровня доступа и функциональности (при необходимости) для исполнения должностных обязанностей;

– требования к техническому оснащению рабочего места содержат перечень оргтехники, уровень доступности к ней, наличие технических средств и инструментов для исполнения должностных обязанностей.

8.7.4. СТМ должны соответствовать требованиям действующего законодательства РФ, законодательных актов субъекта РФ, а также требованиям настоящей Методики.

8.8. Требования к организации охраны труда и техники безопасности клиентов и работников ЦОК должны быть изложены в ВНД Общества, соответствовать корпоративным стандартам и действующему законодательству РФ.

## ТРЕБОВАНИЯ К ЗАОЧНОМУ ОБСЛУЖИВАНИЮ

1. Основными задачами каналов заочного обслуживания клиентов являются:
  - формирование и актуализация профиля клиента;
  - информирование клиентов;
  - консультирование по вопросам предоставления услуг (товаров) и коммерческих сервисов;
  - оформление услуг в рамках договора предоставления услуг (товаров) и коммерческих сервисов;
  - приём и направление документов (оригиналы, а также электронные копии документов и заявлений клиента);
  - продажа коммерческих сервисов;
  - приём платежей;
  - приём претензий (жалоб).
2. Заочное обслуживание может осуществляться в следующих КК:
  - официальный сайт;
  - ЛКК;
  - телефонная связь;
  - электронная почта;
  - почтовой связи;
  - терминалы;
  - аккаунт в социальных сетях;
  - российские мессенджеры (официальные каналы).
3. Требования к официальному сайту.
  - 3.1. Официальный сайт Общества должен размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и быть оформлен в корпоративном стиле в соответствии с утверждённым брендбуком.
  - 3.2. Клиенты должны иметь возможность ознакомления с информацией, размещённой на официальном сайте с использованием распространённых веб-браузеров, не требующих дополнительной установки на персональные компьютеры или мобильные устройства клиента, специально созданных программных или технологических средств.
  - 3.3. Официальный сайт Общества должен быть представлен в версии для персонального компьютера, а также адаптирован для просмотра с мобильных устройств.
  - 3.4. Общество должно обеспечить «доступную среду» для лиц с ограниченными возможностями здоровья в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» посредством версии официального сайта Общества для слабовидящих. Кнопка для перехода на версию сайта для слабовидящих должна располагаться в доступном и удобном месте на главной странице официального сайта.
  - 3.5. Функциональность официального сайта любой из указанных версий должна соответствовать требованиям, указанным в настоящем Стандарте. Все разделы на сайте должны быть структурированы для управления клиентскими потоками с целью увеличить взаимодействие с клиентом в онлайн-сервисах и размещены в соответствии с частотой посещений и запросов к ним.
    - 3.5.1. На официальном сайте Общества должен быть структурированный раздел со способами решения вопросов. Структура должна быть сформирована по действующему функционалу (передача показаний, оплата и т.д.) со способами выполнить то или иное действие с приоритизацией на онлайн-каналы.

3.5.2. На страницах с действующим функционалом (передача показаний, оплата и т.д.) необходимо описать все способы решения вопросов клиента с приоритизацией онлайн-каналов.

3.5.3. Страницы с содержанием контактных телефонов, адресов ЦОК и графика работы ЦОК должны содержать ссылки на структурированные разделы с онлайн-сервисами.

3.6. На официальном сайте Общества должна быть размещена следующая информация о компании:

- полное наименование юридического лица;
- идентификационный номер налогоплательщика;
- основной государственный регистрационный номер;
- номер (номера) телефона (-ов) и адрес электронной почты, с использованием которых клиенты могут обратиться в Общество по вопросам, связанными с услугами (товарами), коммерческими сервисами в рамках компетенции Общества;
- почтовый адрес (почтовые адреса) для получения почтовых отправок от клиентов;
- адреса ЦОК, а также адреса мест, в которых возможно внесение платы по договору энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электроэнергии (мощности)), оказания услуг и коммерческих сервисов непосредственно Обществом без оплаты комиссии;
- банковские реквизиты для оплаты услуг Общества и, в том числе с указанием наименований банков, их банковских идентификационных кодов и номеров расчётных счетов;
- способы (виды) заочного обслуживания клиентов;
- график обслуживания клиентов в ЦОК и заочного обслуживания клиентов с использованием телефонной связи;
- порядок подачи обращений, в том числе заявлений, сообщений, информации, жалоб (претензий), на действия Общества;
- каталог сервисов и услуг (в том числе платных), доступных для заказа клиентом в Обществе;
- ссылки на все социальные сети Общества.

3.7. Все разделы на сайте должны быть структурированы для управления клиентскими потоками с целью увеличить взаимодействие с клиентом в онлайн-сервисах и размещены в соответствии с частотой посещений и запросов к ним.

3.7.1. На официальном сайте Общества должен быть структурированный раздел со способами решения вопросов. Структура должна быть сформирована по действующему функционалу (передача показаний, оплата и т.д.) со способами выполнить то или иное действие с приоритизацией на онлайн-каналы.

3.7.2. На страницах с действующим функционалом (передача показаний, оплата и т.д.) официального сайта необходимо описать все способы решения вопросов клиента с приоритизацией онлайн-каналов.

3.7.3. Страницы с содержанием контактных телефонов, адресов ЦОК и графика работы ЦОК должны содержать ссылки на структурированные разделы с онлайн-сервисами.

3.8. На официальном сайте должен быть размещён раздел (разделы), содержащий нижеперечисленную информацию и ссылки на формы (бланки) для письменного обращения:

- перечень документов, необходимых для заключения договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электроэнергии (мощности)), оказания услуг и коммерческих сервисов, порядок его заключения, а также способ получения информации о состоянии процесса заключения договора;
- порядок расчёта стоимости услуг по договору энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электроэнергии (мощности)), оказания услуг и коммерческих сервисов;
- сведения о действующих ценах (тарифах) на энергоресурсы (если в соответствии с законодательством РФ продажа энергоресурсов осуществляется по тарифам), тарифах на услуги по передаче электрической энергии и льготах, а также порядок применения указанных тарифов и льгот (требование относиться к энергосбытовым компаниям);

– порядок определения и применения цен (тарифов) на энергоресурсы для каждой из обслуживаемых (планируемых к обслуживанию) категорий клиентов, а также порядок смены клиентами ценовой категории (варианта тарифа);

– порядок оплаты по договору энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электроэнергии (мощности), оказания услуг и коммерческих сервисов;

– последствия нарушения обязательств по оплате договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электроэнергии (мощности)), оказания услуги по электроснабжению в виде введения полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии, а также способ получения информации по запросу клиентов о размере задолженности по оплате электрической энергии (мощности) (требование относится к энергосбытовым компаниям);

– последствия бездоговорного и безучётного потребления (несанкционированного подключения, вмешательства в работу прибора учёта) энергоресурсов (требование относится к энергосбытовым компаниям);

– порядок оснащения энергопринимающих устройств приборами учёта энергоресурсов, порядок снятия и передачи показаний приборов учёта, информация о лицах (наименованиях организации), на которых возложены обязанности по обеспечению осуществления указанных функций, а также информация о последствиях вывода из строя приборов учёта, либо отсутствия приборов учёта (требование относится к энергосбытовым компаниям);

– расчётные способы определения объёма потреблённой электрической энергии (мощности) и основания их применения и других энергоресурсов (требование относится к энергосбытовым компаниям);

– формы договоров, энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электроэнергии (мощности), в отношении каждой категории потребителей с приложением копии документа о направлении в адрес территориального органа (органов) федерального антимонопольного органа указанных форм в порядке, предусмотренном Основными положениями функционирования розничных рынков электрической энергии (требование относится к энергосбытовым компаниям);

– формы договоров, обеспечивающих поставку энергоресурсов, в отношении каждой категории потребителей (требование относится к энергосбытовым компаниям);

– каталог сервисов и услуг Общества (в том числе платных), доступных для заказа клиентом;

– ссылки на все социальные сети Общества.

3.9. В общем доступе на официальном сайте Общества должна быть размещена:

3.9.1. Виртуальная приёмная для ведения диалога Общества с клиентом, и содержащая несколько страниц, запрограммированных для исполнения функций, связанных с приёмом обращений и заявлений клиентов, а также размещения справочной информации;

3.9.2. Информация о горячей линии ПАО «Интер РАО» для направления информации о фактах негативно влияющих на сохранность активов компаний Группы, эффективность их использования, репутацию или иным образом противоречащим интересам Группы.

3.10. Перебои в работе официального сайта Общества, препятствующие возможности ознакомиться с информацией, размещённой на официальном сайте, в дневное время (с 7 часов утра до 23 часов вечера по местному времени в зоне обслуживания клиентов), допустимы не более 3 раз в месяц суммарной длительностью перерывов в работе официального сайта, не превышающих 12 часов, за исключением случаев перебоев в работе указанного сайта, связанных с наступлением обстоятельств непреодолимой силы.

3.11. В случае возникновения перебоев в работе официального сайта, Общество должно в течение 2 часов с момента возобновления доступа, размещать на нем информацию о причине, дате и времени прекращения и возобновления доступа к официальному сайту. Данная информация размещается новостной ленте и в специальном разделе на официальном сайте.

3.12. Для корректного размещения информации в целях исполнения настоящих требований необходимо соблюдать следующие рекомендации:

3.12.1. При перечислении адресов необходимо указать почтовый адрес, добавив соответствующее слово рядом с указанием.

3.12.2. При указании способа получения информации (о стадии заключения договора, о задолженности) необходимо предусмотреть описание алгоритма для клиента, а именно что ему требуется сообщить для получения информации (номер договора, входящий номер заявления, ИНН или др.).

3.12.3. Если при исполнении требования об указании адресов ЦОК предусмотрена переадресация на список действующих офисов, в которых в дальнейшем будут организованы ЦОК, в списке напротив наименования офиса должно содержаться указание в скобках «(Центр очного обслуживания)».

3.12.4. В разделах «Порядок подачи обращений», «Способ получения информации» и иных разделах, должны быть размещены бланки заявлений (на 1 странице с указанием полей и сведений, о причинах обращения, о способе получения ответа на обращение (на e-mail, факс, почта), с указанием на приложения и пр. реквизиты).

3.12.5. В разделе «Порядок подачи обращений» исключить указание на адреса, телефонные номера, сайты и пр. государственных органов, осуществляющих контрольные функции.

3.12.6. При перечислении нескольких способов обращений необходимо подтвердить осуществление регистрации обращений, поступивших указанными способами для последующего рассмотрения.

3.12.7. При размещении информации о последствиях нарушения обязательств по оплате в виде ограничения энергоснабжения / предоставления коммунального ресурса, необходимо:

- указать порядок ограничения/приостановления энергоснабжения/ресурсоснабжения в соответствии с ПП 442/ПП 354;
- указать на право инициатора предъявить требование о компенсации расходов (со ссылкой на п.20 Правил ограничения, утв. ПП 442);
- разместить ссылку на подразделы о способах оплаты и способах получения информации о задолженности.

3.12.8. При размещении информации о последствиях бездоговорного и безучётного потребления (несанкционированного подключения, вмешательства в работу прибора учета), необходимо привести раздел в соответствии с требованиями ПП 442/ПП 354.

3.12.9. В разделе о снабжении электрической энергией необходимо размещать информацию о плановых/аварийных отключениях. В случае реализации способа уведомления об ограничении, в связи с неисполнением обязательств по оплате посредством публикации на сайте, необходимо разместить ссылку на раздел «Порядок подачи обращений».

3.12.10. Раздел о порядке оснащения приборами учёта должен содержать информацию в соответствии с ППРФ 442. Обязательно должна быть размещена информация о порядке согласования места установки, допуска в эксплуатацию, ответственных лицах для оснащения ПУ, предоставлении доступа для установки/замены/допуска в эксплуатацию, сохранности установленного ПУ, срока снятия и передаче показаний, информация о последствиях недопуска к местам установки к ПУ.

3.12.11. При указании в качестве телефонов для связи телефоны всех клиентских офисов необходимо установить и при подтверждении выполнения указать на возможность обслуживания по данным каналам отдельных категорий клиентов в соответствии с графиком заочного обслуживания (не менее 10 часов в сутки). Допустимо оставить ссылку на телефон КЦ.

3.12.12. При размещении текста размером до  $\frac{3}{4}$  листа А4 после клика информация должна появляться на той же странице ниспадающим списком/текстом/картой.

3.12.13. При размещении объёмного текста, более  $\frac{3}{4}$  листа А4, необходимо выделить абзацы, заголовки, в том числе при указании информации для разных категорий клиентов. Рекомендуется заменять объёмный текст схемами/рисунками/таблицами.

3.13. Требования, изложенных в п.3.12.7-3.12.10 настоящего Приложения, относятся к обязательным требованиям только для энергосбытовых компаний.

#### 4. Требования к ЛКК.

4.1. Обслуживание в ЛКК предоставляется для всех категорий клиентов по информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

4.2. ЛКК должен быть размещён на официальном сайте Общества в сети «Интернет» и предоставлять клиентам обслуживание в режиме онлайн.

4.3. ЛКК должен быть доступен для всех категорий клиентов в версии для ПК, в том числе адаптированной для просмотра с мобильных устройств.

4.4. Общество должно обеспечить «Доступную среду» для лиц с ограниченными возможностями здоровья к ЛКК посредством создания версии для слабовидящих.

4.5. Функциональность и качество обслуживания в любой версии ЛКК должны соответствовать требованиям настоящей Методики.

4.6. ЛКК должен обеспечивать конфиденциальность персональных данных в соответствии с Федеральным законом от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных», а именно:

- обязательное получение согласия на обработку персональных данных от клиента при регистрации в ЛКК ФЛ;

- обязательное получение согласия на обработку персональных данных от клиентов, зарегистрировавшихся в предыдущих версиях ЛКК без получения от них согласия на обработку персональных данных;

- использование полученной информации в соответствии с Федеральным законом;

- обработку полученной информации в полном соответствии с политикой обработки персональных данных, предусмотренных Федеральным законом;

- сохранение конфиденциальности полученной информации в соответствии с условиями, предусмотренными указанным Федеральным законом;

- хранение информации о получении согласия или отзыва согласия клиента на обработку персональных данных;

- хранение информации о получении и отзыве согласия на предоставление рекламной информации.

4.7. Защита ЛКК от несанкционированного доступа к данным должна быть реализована как программными средствами (в том числе средствами идентификации и аутентификации), так и аппаратными средствами, в том числе смежными системами, в соответствии с корпоративными требованиями Группы.

4.8. Доступ к ЛКК должен осуществляться после прохождения клиентом в установленном порядке регистрации и идентификации.

4.8.1. Регистрация и идентификация для клиентов из числа физических лиц должны быть с использованием мобильного номера телефона и адреса электронной почты клиента. При регистрации указанные контактные данные должны подтверждаться через направление клиенту смс-кода или ссылки на электронную почту. Идентификация клиента по мобильному телефону является обязательной.

4.8.2. Регистрация и идентификация для клиентов из числа юридических лиц должны быть с использованием адреса электронной почты. Подтверждением полномочий представителя клиента является письмо потребителя электроэнергии, в котором должна быть отражена следующая информация – номер договора энергоснабжения, ФИО полномочного представителя, его должность, адрес электронной почты (данное требование не относится к клиентам сегмента B2B2C).

4.8.3. Доступ клиентов может осуществляться с использованием федеральной государственной информационной системы «Единая система идентификации и аутентификации в инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных



услуг в электронной форме» в случае присоединения интеграции ИС к такой ИС на основании ПП РФ от 22.12.2021 № 1382.

4.8.4. Клиент должен иметь возможность изменить пароль входа в ЛКК, а также восстановить пароль.

4.8.5. Порядок регистрации и идентификации должен быть размещён на официальном сайте Общества в сети «Интернет» или размещена ссылка на данную информацию.

4.9. В ЛКК, в отношении договора оказания услуг, должна быть отражена следующая информация:

- реквизиты договора оказания услуг;
- номер лицевого счета;
- цена (тариф) по договору оказания услуг (в части договора, обеспечивающего продажу электрической энергии (мощности) на розничном рынке должен быть указан отдельно тариф на услуги по передаче электрической энергии);
- задолженность по оплате услуг;
- сведения о расчетных (контрольных) приборах учета по указанному договору, в том числе информация о местах установки приборов учета и сведения об ответственном лице за его эксплуатацию (в части договора ресурсоснабжения).

4.10. К основным функциональным задачам ЛКК относятся:

- а) заключение договора на оказание услуг и предоставление коммерческих сервисов;
- б) изменение условий договора на предоставление услуг ресурсоснабжения, в том числе изменение цены (тарифа) на электрическую энергию (мощность) (требование относится к энергосбытовым компаниям);
- в) передача показаний расчетных (контрольных) приборов учета ресурсоснабжения, в том числе приборов учета электрической энергии в случаях, предусмотренных законодательством РФ и договором, обеспечивающим продажу электрической энергии (мощности) на розничном рынке (требование относится к энергосбытовым компаниям);
- г) оплата услуг по договору ресурсоснабжения (требование относится к энергосбытовым компаниям) или коммерческих услуг, а также оплата за приобретенный товар;
- д) уведомление клиента по вопросам ресурсоснабжения, в том числе по дебиторской задолженности и другим вопросам, влияющим на исполнение условий договора ресурсоснабжения (требование относится к энергосбытовым компаниям);
- е) ведение нескольких договоров ресурсоснабжения и (или) ЛС с возможностью управления ими (требование относится к энергосбытовым компаниям);
- ж) просмотр информации по договору ресурсоснабжения, в том числе просмотр истории событий по ЛС (история счетов, оплат, показаний, текущего баланса) и потреблении (статистических, фактических) (требование относится к энергосбытовым компаниям);
- з) подача претензий (жалоб) на неисполнение или на ненадлежащее исполнение условий договора оказания услуг и коммерческих сервисов, а также на ненадлежащее качество обслуживания;
- и) получение консультации по вопросам услуг и коммерческих сервисов или приобретения товара, в том числе размещение Справочника клиента;
- к) оформление заказа на коммерческие сервисы или приобретение товара;
- л) информирование клиента по вопросам оказания услуг, коммерческих сервисов и товаров, реализуемых в Обществе или партнерским программам;
- м) управление профилем клиента;
- н) проведение анкетирования и онлайн-опросов клиентов.

4.11. В ЛКК должна отображаться история взаимодействия с клиентом через все КК:

- обращение клиента через все КК, статус обращения и предоставленные ответы;

– уведомление клиента по вопросам оказания услуг, коммерческих сервисов и приобретения товаров, влияющих на исполнение условий договора, дата уведомления и прочтения текста.

Срок хранения истории обращений и ознакомления с уведомлениями не должен составлять менее 12 месяцев, конечный срок хранения информации определяет Общество.

4.12. Для централизованного администрирования и настройки ЛКК должен быть обеспечен кабинет администратора со следующим функционалом:

- управление пользователями «Кабинета администратора»;
- управление контентом, в том числе управление баннерами и ссылками, управление услугами, управление дополнительными настройками;
- управление часто задаваемыми вопросами и ответами (управление Справочником клиента);
- управление уведомлениями.

4.13. Перебои в работе ЛКК, препятствующие возможности интерактивного обслуживания в дневное время (с 7 часов утра до 23 часов вечера по местному времени в зоне обслуживания клиентов), допустимы не более 3 раз в месяц суммарной длительностью перерывов в работе ЛКК, не превышающих 12 часов, за исключением случаев перебоев в работе ЛКК, связанных с наступлением обстоятельств непреодолимой силы.

4.14. В случае возникновения перебоев в работе ЛКК, Общество должно в течение 2 часов с момента возобновления доступа, размещать информацию в ЛКК о причине, дате и времени прекращения и возобновления доступа к ЛКК. В течении 1 часа с момента возникновения перебоев в работе информация должна быть размещена в новостной ленте и в специальном разделе на официальном сайте Общества.

5. Требование к обслуживанию по телефону.

5.1 Обслуживание по телефону является обязательной формой обслуживания для Общества и обеспечивается через КЦ Общества или иную компанию согласно договору на оказание услуг по обслуживанию клиентов по телефону.

5.2 Основными задачами обслуживания по телефону являются:

5.2.1. Обработка входящих звонков с целью:

- консультирования по вопросам оказания услуг и коммерческих сервисов;
- решение вопросов по договору оказания услуг и коммерческих сервисов, не требующих личного присутствия клиента в ЦОК;
- продажа коммерческих сервисов;
- приём претензий (жалоб);
- получение контактных данных.

5.2.2. Осуществление исходящих вызовов;

- информирование по вопросам управления/сопровождения договора оказания услуг и коммерческих сервисов;
- продажа коммерческих сервисов;
- информирование о дебиторской задолженности по договору оказания услуг и коммерческих сервисов;
- информирование по запросу клиента, а именно предоставление информации на вопрос клиента, решение которого было отложено;
- осуществление функции «Обратный звонок».

5.2.3. Поддержка рекламных акций, анкетирование, телефонные опросы и пр.

5.3 Обслуживание по телефону должно быть централизованной информационно-справочной службой, которая принимает и обрабатывает обращения клиентов по единому номеру на всей территории субъекта РФ, на которой представлено Общество.

5.3.1. Для реализации задачи, указанной в п. 5.2.1 настоящего Приложения рекомендуется разделение телефонных номеров для обслуживания клиентов – физических лиц и клиентов – юридических лиц.

5.3.2. Для реализации задачи, указанной в п. 5.2.3 настоящего Приложения допускается разделение телефонных номеров акции.

5.3.3. Для реализации задачи, указанной в п. 5.2.2 и п. 5.2.3. (в части проведения анкетирования и опросов) настоящего Приложения, исходящий звонок должен осуществляться с единого номера телефона Общества или телефонных номеров, указанных в п. 5.3.1. настоящего Приложения.

5.4 Инфраструктура обслуживания по телефону должна быть представлена несколькими линиями обслуживания:

5.4.1. Обслуживание с использованием IVR – 0 линия, где осуществляется круглосуточное автоматизированное обслуживание клиентов.

К основному функционалу IVR относятся:

- идентификация клиента;
- определение темы обращения (в соответствии с ЕКТО);
- информирование об актуальной информации по договору оказания услуг, в том числе о тарифах, текущем балансе, сумме задолженности;
- статус обращения;
- прием показаний в части услуг ресурсоснабжения,
- заказ обратного звонка;
- запись на очный прием;
- маршрутизация вызова.

5.4.2. Обслуживание по простым (типовым) и часто задаваемым вопросам клиентов осуществляется на 1 линии. Обслуживание должны осуществлять работники подразделения КЦ в соответствии с утвержденными скриптами и в рамках компетенций, определенных должностной и рабочей инструкциями.

5.4.3. Обслуживание по сложным вопросам клиентов осуществляется на 2 линии. Обслуживание должны осуществлять работники подразделения КЦ или иных подразделений в соответствии с утвержденными алгоритмами и в рамках компетенций, определенных должностной и рабочими инструкциями.

5.4.4. Обслуживание по профильным вопросам клиентов может осуществляться на 3 линии. Такое обслуживание должно осуществляться работниками профильных подразделений Общества в соответствии с утвержденными регламентами процессов и в рамках компетенций, определенных должностной и рабочими инструкциями.

5.4.5. Специалисты, осуществляющие обслуживание на 1 и 2 линиях, являются работниками подразделений фронт-офиса Общества и (или) работниками подрядной организации, согласно договору на оказание услуг по обслуживанию клиентов. Работники подразделения фронт-офиса должны обеспечивать обслуживание клиентов, исключая необходимость их взаимодействия с иными подразделениями Общества.

5.4.6. Специалисты, осуществляющие обслуживание на 3 линии, являются работниками подразделений бэк-офиса Общества, которые должны обеспечивать обслуживание клиентов, исключая необходимость их взаимодействия с иными подразделениями Общества.

5.5 Процесс обслуживания по телефону должен соответствовать требованиям, изложенным в п.7.2 настоящей Методики, детализирован в ВНД и утвержден приказом генерального директора Общества с учетом следующих особенностей:

- процесс обслуживания по телефону начинается с момента дозвона клиента по телефону Общества;
- при переходе с одной линии обслуживания на другую, процесс обслуживания не прерывается и является одним целым;

– идентификация клиента должна быть автоматизирована на 0 линии, в иных случаях оператор должен провести идентификацию вручную;

– должны быть исключены прямые обращения клиентов в подразделения Общества, не относящиеся к подразделениям КЦ.

5.6 Основные требования к внутренней организации обслуживания по телефону касаются требований к КЦ, а именно к аппаратному комплексу, обработке входящих контактов, осуществлению исходящих контактов, к интерфейсу рабочего места оператора.

5.7 Общество должно обеспечить исполнение следующих требований:

5.7.1. Вести аудиозаписи всех разговоров с клиентом при обработке входящих обращений.

5.7.2. Вести аудиозаписи всех разговоров с клиентом при совершении исходящих звонков по вопросам дебиторской задолженности, продажи КУ и иным вопросам на усмотрение Общества.

5.7.3. Аудиозапись разговора должна осуществляться на всех линиях обслуживания, в том числе IVR.

5.7.4. О ведении аудиозаписи клиент должен уведомляться в начале разговора.

5.7.5. Срок хранения указанных записей должен составлять не менее 60 календарных дней.

5.8 Перебои в работе КЦ, препятствующие возможности обслуживания по телефону в дневное время (с 7 часов утра до 23 часов вечера по местному времени в зоне обслуживания клиентов), допустимы не более 3 раз в месяц суммарной длительностью перерывов в работе КЦ, не превышающих 12 часов, за исключением случаев перебоев в работе телефонных каналов, связанных с наступлением обстоятельств непреодолимой силы.

5.9 В случае возникновения перебоев в работе КЦ, Общество должно в течение 2 часов с момента возобновления работоспособности, размещать информацию на официальном сайте о причине, дате и времени прекращения и возобновления работоспособности. В течении 1 часа с момента возникновения перебоев в работе информация должна быть размещена в новостной ленте и в специальном разделе на официальном сайте Общества.

## ТРЕБОВАНИЯ К ЭТИКЕТУ ОБЩЕНИЯ И ДРЕСС-КОДУ

### 1. Требования к дресс-коду.

1.1. В целях формирования у клиентов положительного имиджа Группы и узнаваемости её бренда работники Общества, осуществляющие обслуживание, обязаны в своём внешнем образе следовать установленному в Группе фирменному стилю (дресс-коду) в соответствии с Кодексом корпоративной этики ПАО «Интер РАО» и настоящими требованиями.

1.2. Работники ЦОК обязаны носить личные нагрудные идентификационные карточки с указанием наименования Общества, должности, имени, отчества (при наличии) и фамилии работника либо возле рабочего места специалиста должен располагаться информационный стенд (стойка, табличка), содержащая указанную информацию.

1.3. Если очное обслуживание клиентов осуществляется иной организацией в интересах Общества на основании заключённого с ним договора агентирования, на информационном стенде, расположенном возле рабочего места специалиста такой организации, должны быть размещены соответствующие сведения, и по требованию клиента копии указанных договоров (или выписки из них) должны быть предоставлены ему на обозрение для подтверждения таких сведений.

1.4. Требования к дресс-коду работников Общества, осуществляющих обслуживание в ЦОК:

1.4.1. Одежда работника Общества, обслуживающего клиентов, должна быть чистой и опрятной, неброских тонов, выдержанная в строгом деловом стиле:

- костюм или юбка, брюки, жилет, пиджак – однотонных неброских расцветок. В тёплое время года допускаются светлые однотонные расцветки;
- блузка (у женщин) и сорочка (у мужчин) однотонных светлых расцветок;
- косынка (у женщин) и галстук (у мужчин), разработанные в едином корпоративном дизайне;
- не допускаются: спортивная одежда, открытые, короткие топы/майки, более двух расстёгнутых пуговиц на блузе, юбки более 10 см. выше колена, шорты.

1.4.2. Обувь работника Общества, обслуживающего клиентов, должна быть чистой и опрятной, неброских тонов, выдержанная в строгом деловом стиле:

- обувь с закрытым мысом;
- цвет обуви должен гармонировать с одеждой;
- не допускается спортивная и пляжная обувь.

1.4.3. В течение всего рабочего дня работник Общества, обслуживающий клиентов, должен носить оформленный в корпоративном стиле бейдж (слева от косынки/галстука), содержащий название Общества, свои имя, фамилию и должность.

1.4.4. Косметика должна быть не вызывающей, приглушённых тонов.

1.4.5. Руки работника Общества должны быть ухоженными, ногти – аккуратными, умеренной длины, цвет лака (при наличии) – спокойных тонов.

1.4.6. Запах духов (туалетной воды, дезодоранта) может присутствовать, но не должен быть сильно выражен.

1.4.7. Волосы должны быть аккуратно уложены, недопустимы экстравагантные причёски и «кричащий» цвет волос.

1.4.8. Аксессуары и украшения должны быть немногочисленными, неброскими и негромоздкими.

1.5. Работники Общества, осуществляющие обслуживание в мобильном офисе или выездное обслуживание, связанное с работой в электроустановках клиентов, обеспечиваются спецодеждой и спецобувью. Требования к спецодежде и спецобуви работников Общества, работающих в электроустановках, должны быть регламентированы в соответствующем ВНД.

2. Требования к внутреннему этикету при обслуживании клиентов.

2.1. Работник Общества должен соблюдать субординацию с руководителями и коллегами, особенно в присутствии клиентов.

2.2. Разговоры между работниками Общества должны вестись вполголоса. Если необходимо переговорить с другим работником Общества, который находится на расстоянии, то следует подойти к нему и задать свой вопрос. Подходить к другому работнику Общества не рекомендуется, если он занят обслуживанием клиента. В случае срочного вопроса необходимо извиниться перед клиентом и только после этого задать вопрос другому работнику Общества.

2.3. Работник Общества должен содержать своё рабочее место в чистоте и порядке.

2.4. В рабочее время работник Общества, обслуживающий клиентов, должен переключать личный мобильный телефон в бесшумный/тихий/виброрежим.

2.5. Работникам Общества категорически запрещается в присутствии клиентов:

– порочить репутацию Общества, подрядных организаций и других партнёров Общества;

– вести посторонние разговоры;

– обсуждать работников Общества и других клиентов;

– отлучаться без уважительной причины;

– принимать пищу;

– отмечать праздники в рабочее время;

– заниматься личной перепиской по телефону и с использованием иных способов коммуникаций;

– вести телефонные переговоры по громкой связи.

3. Требования к этикету общения при личном контакте с клиентом.

3.1. Если клиент, находящийся в зоне ожидания, подошёл к работнику Общества, или его взгляд встретился со взглядом работника Общества, то такому работнику Общества в случае если он не занят обслуживанием другого клиента, необходимо поздороваться с ним, представиться и обратиться с вопросом «Могу Вам чем-либо помочь?». При этом, если специалист находится на значительном расстоянии от клиента, достаточно кивнуть головой, поддерживая при этом визуальный контакт с клиентом.

3.2. Принимая клиента, специалист обязан поприветствовать клиента и улыбнуться. Если в организованной схеме приёма предусмотрено обслуживание за столом, то специалист предлагает клиенту присесть.

3.3. Работник Общества обязан представиться, назвав своё полное имя - «Меня зовут ...».

3.4. В вежливой форме специалист обязан узнать у клиента как к нему обращаться и дать понять клиенту о готовности его выслушать: например, «Какой у Вас вопрос?», «Чем я могу помочь?» и т.д.

3.5. Работник Общества внимательно должен выслушать/прочитать обращение клиента и при необходимости переспросить клиента во избежание недопонимания.

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

3.7. Специалист должен грамотно, компетентно и доступно объяснять, давать разъяснения клиенту о способах решения вопроса.

3.8. В процессе общения специалист должен проявлять доброжелательность, тактичность, в том числе не повышать голос, не проявлять торопливость, не высказывать нетерпения, избегать непонятных для клиента терминов, не допускать в разговоре с клиентом негативных интонаций, не проявлять безразличия к проблемам клиента.

3.9. Работник Общества должен демонстрировать доброжелательное отношение к клиенту при общении с ним:

- корпус должен быть развёрнут в сторону клиента;
- взгляд должен быть направлен в сторону клиента, периодически встречаться взглядом с клиентом.

3.10. Специалист должен чётко выговаривать слова и следить за скоростью своей речи, так как слишком быстрая или слишком медленная речь затрудняет общение.

3.11. Работник Общества должен вежливо попросить клиента подождать, если для решения вопроса требуется время.

3.12. Если невозможно решить вопрос клиента, то специалист должен аргументировать клиенту свою позицию и предложить варианты действий для решения вопроса.

3.13. В речи необходимо использовать слово «клиент». При обращении к клиенту запрещается использовать слова «Абонент», «Потребитель», «Покупатель» (за исключением профессионального применения или разъяснения отдельных положений законодательства) или другие производные этих слов.

3.14. Форма изложения устных или письменных обращений к клиентам не должна допускать категоричных выражений, таких как: «Вы обязаны», «Вам предписывается», «Явиться», «Предъявить» и т.п., за исключением рассмотрения вопросов о невыполнении клиентом обязанностей, предусмотренных законодательством.

3.15. При выявлении ошибок, допущенных со стороны Общества или его партнёров, специалист должен принести клиенту извинения за причинённые неудобства.

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

3.17. В случае обращения клиента к специалисту, в функциональные обязанности которого не входит обслуживание клиентов, он должен:

- выслушать клиента;
- если обращение относится к тематикам обращения в ГРП, то порекомендовать клиенту обратиться к другому работнику Общества, в должностные обязанности которого входит обслуживание клиентов. При необходимости, подвести клиента к данному работнику Общества;
- при необходимости, посоветовать воспользоваться интерактивными сервисами или обратиться в КЦ и подсказать номер телефона.

3.18. При завершении общения с клиентом специалист должен использовать следующие фразы: «Рады, что Вы к нам обратились», «Рады, что смогли Вам помочь», «Рады были помочь», «Если возникнут вопросы, будем рады Вам помочь», «Всего доброго. До свидания».

3.19. Работник Общества обязан хранить служебную тайну, не распространять конфиденциальную информацию Общества и Группы, персональные данные клиентов, а также сведения о своей личной жизни или личной жизни иных работников Общества. Работнику Общества запрещено посвящать клиентов в дела и проблемы Общества и коллег, комментировать их действия.

4. Требования к этикету общения при обслуживании клиента по телефону.

4.1. На входящий телефонный вызов необходимо отвечать своевременно, не позже четвёртого сигнала (~12 сек.). При исходящих телефонных вызовах необходимо ждать ответа клиента не менее пяти-шести сигналов (~20 сек.)

4.2. Работник Общества должен первым приветствовать клиента, назвать название Общества и представиться.

4.3. В процессе общения к клиенту следует обращаться «Вы» и называть его по имени или имени отчеству, которое он указал на вопрос «Как я могу к вам обращаться?».

4.4. Работник Общества должен использовать приёмы активного слушания, поддерживая постоянную связь с клиентом посредством вербального общения.

4.5. Если специалист не уверен, что правильно услышал что-либо в телефонном сообщении, необходимо переспросить клиента во избежание недопонимания, используя профессиональные приёмы (уточняющие вопросы, диктовка, написание под диктовку, уточнение написания и т.д.).

4.6. При общении с клиентом иностранные слова или профессиональные термины должны употребляться специалистом в меру и только в тех случаях, когда он уверен в том, что клиент полностью понимает, о чём идёт речь.

4.7. В телефонном разговоре категорически запрещается употребление «звуков-паразитов», «слов-паразитов», слов в уменьшительно-ласкательной форме, просторечных или грубых выражений.

4.8. Работник Общества в разговоре должен быть лаконичен, чётко в изложении информации, не допускать продолжительных пауз. Телефонный разговор должен быть содержательным, но кратким.

4.9. Специалист не должен говорить или намекать клиенту, что его проблема незначительна, либо сравнивать его с другими клиентами, проблемы которых, на его взгляд, более значимы.

4.10. Работнику Общества запрещается предоставлять клиенту заведомо ложную информацию либо дезориентировать клиента иными способами.

4.11. Если у работника Общества нет полной уверенности в точности передаваемых клиенту сведений, ему необходимо перепроверить информацию или предложить альтернативный канал её получения.

4.12. Во избежание случайного предоставления недостоверной информации работник Общества не вправе консультировать клиента по вопросам, требующим специальных знаний, выходящих за пределы его компетенции.

4.13. Работник Общества должен уважительно выслушать точку зрения клиента вне зависимости от того, разделяет он её или нет. Не допускается явно навязывать свою точку зрения, игнорировать высказывания клиента.

4.14. При обслуживании по телефону работник Общества должен учитывать особенности телефонного разговора и соблюдать следующие правила:

- говорить уверенным голосом демонстрируя клиенту, что с ним разговаривает специалист, который может помочь;
- чётко проговаривать каждый звук, чтобы клиент не вслушивался в произносимую речь;
- спокойно дышать, что придаёт уверенности речи. Не рекомендуется перехватывать воздух посреди фразы или договаривать предложение из последних сил;
- придерживаться среднего темпа речи, а именно, достаточно быстрого, чтобы клиент получил максимум информации за единицу времени, и достаточно медленного, чтобы клиент мог спокойно выслушать и запомнить сказанное;
- улыбаться при разговоре с клиентом, что делает голос более мягким и приятным;
- концентрироваться на разговоре, не отвлекаться от того, что говорит клиент и не упускать детали разговора;
- держать правильную осанку, что позволяет держать свободное и ровное дыхание, является условием красивого голоса и демонстрировать уверенность в интонации;
- не создавать помехи общению, исключая посторонние шумы, в том числе вздохи, сопение, бормотание, кряхтение, шуршание бумагой, стук ручки и т.д.;
- не делать лишних движений, которые влияют на интонацию и голос, а именно подбирать упавшие предметы, качаться на стуле, трясти ногой и т.д.;
- во избежание негативных моментов ставить клиента на удержание при поиске дополнительной информации;
- говорить прямо в микрофон гарнитуры/трубки, не зажимая его рукой.

4.15. При телефонном разговоре специалисту запрещается:

- разговаривать с целью уточнения информации с другими работниками Общества, не включив функцию «удержания»
- использовать раздражённые интонации;
- повышать голос;



- вести разговор «свысока»;
- употреблять фразы, указывающие на некорректное поведение клиента, например, «Не грубите мне»;
- переходить на личный стиль общения (смех, заигрывания, обсуждение посторонних вопросов).

4.16. При работе с жалобами (претензиями) клиентов работнику Общества необходимо:

- внимательно выслушать клиента и выразить готовность разобраться в сложившейся ситуации;
- в обязательном порядке зарегистрировать жалобу (претензии);
- сообщить клиенту стандартные сроки рассмотрения жалобы (претензии);
- сообщить клиенту, что по результатам рассмотрения жалобы (претензии) с ним свяжутся;
- в конце общения необходимо поблагодарить клиента за звонок и уточнить, все ли вопросы клиента были решены.

4.17. Работник Общества должен вести телефонный разговор по утверждённому в Обществе скрипту, соответствующему тематике обращения клиента.

5. Требования к этикету общения при обработке письменных обращений клиента.

5.1. При составлении письма клиенту для его идентификации обязательно заполняются поля «Кому» и «Тема», поле «Копия» заполняется при необходимости.

5.2. При написании письма клиенту специалисту следует придерживаться следующих принципов:

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

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

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

5.5. Текст не должен содержать ошибок.

5.6. При необходимости цитируется текст оригинального письма.

5.7. При полном цитировании (если ответ на все письмо в целом) текст ответа пишется в начале письма.

5.8. Перед отправкой письма необходимо прочитать текст и убедиться в его лаконичности, точности, отсутствии ошибок.

5.9. Стандартное деловое письмо имеет следующую структуру:

5.9.1. Обращение. Находится в «шапке» письма и содержит должность и ФИО клиента. Для официальной деловой переписки стандартным считается обращение «Уважаемый», которое пишут с большой буквы и по центру листа «Уважаемый Андрей Петрович».

5.9.2. Преамбула. Составляет первый абзац письма, в котором изложена его цель и причина (входящий номер и дата письма, на которое предоставляется ответ, при наличии такой информации). Прочтя преамбулу, клиент должен понять суть письма.

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

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

5.9.5. Подпись. Письмо завершается подписью (должность + ФИО) отправителя. При подписании письма важно учесть сопоставимость рангов клиента и отправителя. При этом подпись должна соответствовать её расшифровке: ситуация, когда заместитель директора

Общества ставит косую черту рядом с фамилией директора и подписывается своим именем, недопустима. Вместе с тем не допускается ставить предлог «За», надпись от руки «Зам.» и записи «И.о. директора», «И.о. начальника отдела» и т.п.

5.9.6. Отметка об исполнителе должна располагаться в левом нижнем углу последнего листа письма после подписи должностного лица, быть написана шрифтом, аналогичным шрифту основного текста, размером на 3-4 пункта меньше основного текста, и содержать следующую информацию – ФИО исполнителя, контактный телефон с указанием кода междугородней связи. Отметка об исполнителе не ставится, если исполнителем является сам отправитель.

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

5.10. При отправке письма по электронной почте должны соблюдаться следующие правила отправки:

5.10.1. Не рекомендуется вкладывать в письма файлы форматов EXE, PIF, BAT, COM, CMD, SCR – многие почтовые программы или сервера блокируют такие вложения. Вложения подлежат отправке в архивированном виде (форматы ZIP, RAR).

5.10.2. Допускается высылать без предупреждения вложения до 3-5 мегабайт. При вложении большего размера следует уточнить у клиента, пройдёт ли такой файл через его сервер и поместится ли в почтовый ящик.

5.10.3. Запрещается посылать вложения сомнительного содержания («спам»), чтобы не доставить неприятности клиенту, работающему в организации, где применяется перлюстрация почты.

6. Требования к обслуживанию клиентов с ограниченными возможностями здоровья.

6.1. Общество должно обеспечивать решение вопросов, связанных с обслуживанием клиентов с ограниченными возможностями здоровья.

6.2. При очном обслуживании к таким клиентам работники Общества должны первыми обращаться с предложением о помощи. В ЦОК данная категория клиентов должна обслуживаться вне очереди.

6.3. Разговаривая с клиентом, работник Общества должен обращаться непосредственно к нему, а не к сопровождающему его лицу или сурдопереводчику (если они присутствуют при разговоре).

6.4. Предлагая помощь, специалист должен подождать пока клиент её примет, а затем уточнять порядок действий.

6.5. Разговаривая с клиентом, работник Общества должен внимательно его слушать, быть терпеливым, ждать, когда клиент сам закончит фразу. Запрещается поправлять клиента и договаривать за него. Допустимо задавать уточняющие вопросы. Работнику Общества не следует делать вид, что достигнуто понимание в разговоре, если на самом деле это не так. Специалист Общества должен повторить, что понял из разговора, это поможет клиенту продолжить беседу.

6.6. Разговаривая с клиентом, специалист должен разговаривать на доступном языке, выражаться точно и ясно, избегать словесных штампов и образных выражений.

6.7. Специалист должен предоставить клиенту информацию «по шагам», давая возможность осмыслить каждый шаг.

6.8. Требования к обслуживанию клиентов с ограниченными возможностями здоровья, испытывающих трудности при передвижении:

– инвалидная коляска – неприкосновенное пространство человека. Недопустимо облокачиваться на неё, толкать, катить коляску без согласия владельца;

– во всех случаях, например, если необходимо открыть тяжёлую дверь или продвинуться по ковру с длинным ворсом, прежде чем оказать помощь, необходимо убедиться в её необходимости, спросив у клиента;

– если клиент разрешил передвинуть коляску, то её необходимо катить медленно, так как коляска быстро набирает скорость, и неожиданный толчок может привести к потере равновесия;

– при беседе, по возможности, необходимо располагаться на одном уровне с клиентом. Следует избегать положения, при котором клиенту придётся запрокидывать голову;

– следует помнить, что, как правило, у людей, имеющих трудности при передвижении, нет проблем со зрением, слухом и пониманием, поэтому необходимо общаться с ними соответственно.

6.9. Требования к обслуживанию клиентов с ограниченными возможностями здоровья, имеющих слабое зрение или незрячих:

– при общении с клиентом этой категории специалисту необходимо обязательно представиться;

– предлагая свою помощь, необходимо направить клиента, не стискивая его руку, идти рядом, а не тащить клиента за собой;

– при передвижении необходимо предупреждать клиента о препятствиях: ступенях, низких притолах и т.п.;

– предлагая незрячему клиенту сесть, не следует усаживать его, а достаточно направить руку клиента на спинку стула или подлокотник. Не следует водить руку клиента по поверхности стула, необходимо дать ему возможность самостоятельно свободно потрогать предмет;

– в случае сопровождения клиента собакой-поводырем, не следует давать команды и трогать её;

– при необходимости специалист должен прочитать текст документа незрячему клиенту, перед этим предупредив его. Говорить следует спокойным голосом, не пропуская информацию, если клиент не попросит об этом. Если это важный документ, не следует заменять чтение пересказом. Инвалидность не освобождает незрячего человека от ответственности, обусловленной документом, поэтому незрячему клиенту перед подписанием необходимо прочитать весь документ полностью и убедиться, что у него не осталось вопросов и сомнений;

– в случае своего временного передвижения или ухода специалист должен предупредить об этом клиента;

– если незрячий клиент сбился с маршрута, не следует управлять его движением на расстоянии, работнику Общества необходимо подойти к нему и предложить помощь.

6.10. Требования к обслуживанию клиентов с ограниченными возможностями здоровья, испытывающих затруднения в речи:

– в начале разговора необходимо уточнить у клиента, каким способом ему было бы комфортнее общаться – говорить, написать, напечатать;

– при выборе клиентом письменной формы общения ему предоставляется все необходимое;

– при разговоре не следует перебивать и поправлять клиента. Специалист должен говорить только тогда, когда убедится, что клиент уже закончил свою мысль;

– при ведении устной беседы работник Общества должен задавать вопросы, которые требуют коротких ответов или кивка. При необходимости следует переспросить или уточнить информацию.

6.11. Требования к обслуживанию клиентов с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушение слуха:

– для привлечения внимания клиента, который плохо слышит, специалист должен сделать знак рукой или прикоснуться к его плечу;

– в начале разговора необходимо уточнить у клиента, каким способом ему было бы комфортнее общаться – говорить, написать, напечатать;

– при выборе клиентом письменной формы общения необходимо предоставить ему все необходимое для записи;

– при беседе необходимо смотреть прямо на клиента, так как многие могут читать по губам;

- в разговоре с таким клиентом работник Общества должен говорить чётко и ровно, не допускать в общении с другими работниками Общества или вне этого общения произнесения слов, порочащих честь клиента;

- по просьбе клиента необходимо пояснить информацию, специалист должен перефразировать своё предложение, сделать его более простым и при возможности использовать понятные жесты;

- работник Общества должен убедиться, что клиент понял информацию правильно;

- в случае если клиенту сообщается информация, которая содержит номер, технический или другой сложный термин, адрес и т.д., работник Общества должен предоставить клиенту письменный вариант информации, который направляется удобным для клиента способом (распечатанный вариант, по почте, факсу или электронной почте и т.д.).

6.12. Данные правила обязательны к применению всеми работниками Общества. Для специалистов, осуществляющих обслуживание по телефону, применение правил является обязательным в части правил ведения разговора с клиентами с ограниченными возможностями здоровья.

7. Правила поведения в нестандартных ситуациях.

7.1. Работник Общества должен прилагать максимальные усилия для того, чтобы не создавать конфликтные ситуации с клиентами или коллегами (особенно в присутствии клиентов) и при возникновении максимально способствовать их разрешению.

7.2. В случае проявления со стороны клиента необоснованной агрессии, неадекватного поведения, нахождения его в алкогольном/наркотическом опьянении работник Общества в вежливой, но настойчивой форме должен попросить его удалиться. Работника в крайнем случае может быть привлечён охранник, либо вызвана Группа быстрого реагирования, нажатием тревожной кнопки и/или вызван наряд полиции.

7.3. В случае возникновения конфликтных ситуаций, когда недовольство клиента вызвано ошибочными или неправомерными с точки зрения клиента действиями работника Общества, необходимо погасить агрессивное настроение клиента, применяя следующие правила поведения:

- выразить сочувствие и понимание по поводу сложившейся ситуации. Это поможет скорее нейтрализовать агрессию и установить контакт: «Имя Отчество клиента, приношу свои извинения за сложившуюся ситуацию. Я готов (-а) сейчас заняться вашим вопросом»;

- не поддаваться на провокации;

- дистанцироваться от негативных эмоций;

- не повторять за клиентом обидных слов. Перефразировать сказанное, не изменяя сути, в позитивном ключе. Чем эмоциональнее поведение клиента, тем спокойнее должна быть реакция Работника Общества, необходимо оставаться предельно вежливым и корректным;

- выслушать клиента и понять, в чём заключается проблема, предложить план действий. Изложить свои предложения чётко и ясно;

- при необходимости взять паузу, возможно, покинуть ненадолго рабочее место под предлогом, что необходимо проверить информацию по вопросу клиента;

- не допускать тактильных контактов, например, если клиент мешает проходу, вежливо попросить его посторониться.

7.4. В случае оскорбительных высказываний клиента в сторону работника Общества, проявления неадекватного поведения клиента, нахождения его в алкогольном/наркотическом опьянении, а также в случае прямого нападения на Работника Общества необходимо руководствоваться следующей инструкцией:

- не вступая в словесный спор, покинуть место конфликта;

- незамедлительно сообщить о конфликте своему непосредственному руководителю для принятия им решения по погашению конфликта;

– работнику если конфликт не погашен, незамедлительно обратиться к работнику службы охраны для вызова наряда полиции, либо самостоятельно вызвать Группу быстрого реагирования, нажатием тревожной кнопки;

– сообщить работнику службы безопасности Общества об инциденте.

7.5. В случае неадекватного поведения, угроз, проявления агрессии или давления со стороны клиента при исполнении работником Общества функциональных обязанностей на территории клиента работник Общества должен:

– немедленно покинуть территорию клиента;

– поставить в известность о случившемся факте своего непосредственного руководителя и подразделение, ответственное за безопасность Общества.

7.6. В случае насильственного удержания работника Общества при проведении мероприятий по ограничению/отключению режима электропотребления необходимо:

– выполнить требование клиента по восстановлению режима электропотребления;

– поставить в известность о случившемся факте своего непосредственного руководителя и подразделение, ответственное за безопасность Общества;

– в случае крайней необходимости и наличии возможности обратиться в правоохранительные органы.

7.7. В случае неадекватного или агрессивного поведения клиента по телефону, личных угроз работник Общества должен напомнить клиенту, что разговор записывается, предупредить, что он не обязан выслушивать оскорбления или угрозы, и повесить трубку.

7.8. В случае получения от клиента предложения к совершению противоправных действий/нарушений коррупционного характера (склонения работника к совершению коррупционных нарушений) работник обязан уведомить об этом руководителя офиса, действуя согласно Методике МТ-173 «Информирование работодателя об обнаружении признаков коррупционных нарушений и возникновении конфликта интересов и рассмотрение таких сообщений». Если работнику стало известно о подобных обращениях в адрес других работников, он обязан напомнить данным работникам об их обязанности уведомления работодателя о таких обращениях и/или сообщить о данном факте руководителю офиса и/или в службу безопасности Общества или Группы в порядке, установленном Методикой МТ-173 «Информирование работодателя об обнаружении признаков коррупционных нарушений и возникновении конфликта интересов и рассмотрение таких сообщений».

7.9. Работники Общества должны принимать меры к исключению их участия в обслуживании клиентов, являющихся их родственниками. В случае обнаружения такого родства работник обязан уведомить об этом своего непосредственного руководителя, который обязан принять все меры для исключения возможности возникновения у работника конфликта интересов, которые могут включать передачу функции по обслуживанию работником такого клиента другому работнику.

## СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ С УЧЕТОМ СЕГМЕНТАЦИИ

1. Стандарты обслуживания клиентов сегмента В2В.
- 1.1. Требования к обслуживанию клиентов сегмента В2В.

В2В ГП	В2В2С	В2В НЭСК
<b>1. Формы обслуживания и КК</b>		
<b>1.1. Очное обслуживание</b>		
Обслуживание осуществляется во фронт-офисе (ЦОК) и (или) бэк-офисе (иных подразделениях Общества). Обслуживание во фронт-офисе осуществляет специалист ЦОК. Обслуживание в бэк-офисе осуществляет куратор <sup>1</sup> или иной специалист. Выездное обслуживание осуществляется для оказания услуг, требующих проведения работ на территории клиента. Обслуживание осуществляет профильный специалист	Обслуживание осуществляется в подразделении Общества. Обслуживание осуществляет куратор или представитель Общества <sup>2</sup>	Обслуживание осуществляется во фронт-офисе (представительство Общества). Обслуживание осуществляет представитель Общества. Выездное обслуживание осуществляется для оказания услуг, требующих проведения работ на территории клиента. Обслуживание осуществляет профильный специалист
<b>1.2. Дистанционное обслуживание</b>		
Обслуживание по телефону осуществляется по единому номеру при возможности переключить на куратора или иного специалиста. Основные каналы поступления письменных обращений – электронная почта Общества или куратора, почтовый адрес Общества или ЦОК. Для некоторых сегментов возможно получение письменных обращений через мессенджеры	Обслуживание по телефону осуществляется по единому номеру при возможности переключения на куратора. Основные каналы поступления письменных обращений – электронная почта Общества или куратора, почтовый адрес Общества или ЦОК	Обслуживание по телефону осуществляется по единому номеру при возможности переключения на куратора или иного специалиста. Основные каналы поступления письменных обращений – электронная почта Общества или куратора, почтовый адрес Общества
<b>1.3. Интерактивное обслуживание</b>		
Официальный сайт Общества, Личный кабинет, IVR, электронный документооборот являются базовыми интерактивными сервисами. Для некоторых сегментов могут быть использованы дополнительные интерактивные сервисы - аккаунт в социальных сетях, терминалы или	Официальный сайт Общества, Личный кабинет и электронный документооборота являются базовыми интерактивными сервисами	Официальный сайт Общества, Личный кабинет, IVR, электронный документооборот являются базовыми интерактивными сервисами. Для некоторых сегментов могут быть использованы дополнительные

<sup>1</sup> Специалист профильного подразделения Общества, который занимается сопровождением договора оказания услуг и коммерческих сервисов.

<sup>2</sup> Работник Общества, который при взаимодействии с клиентом, представляет интересы Общества по всем вопросам

внешние информационные сервисы в сети Интернет

интерактивные сервисы - аккаунт в социальных сетях, терминалы или внешние информационные сервисы в сети Интернет

## 2. Процесс обслуживания

Применяются общие требования к процессу обслуживания. При обработке обращений используются регламенты единой методологии для юридических лиц

Применяются общие требования к процессу обслуживания

Применяются общие требования к процессу обслуживания. При обработке обращений используются регламенты единой методологии для юридических лиц

## 3. Организация обслуживания

### 3.1. Внешняя организация

Применяются требования к внешнему виду, организации пространства, обеспечению ресурсами, оформлению и информационному наполнению в отношении зданий и помещений, где осуществляется обслуживание, дистанционных и интерактивных сервисов, рабочих места специалистов

Применяются требования к внешнему виду, организации пространства, обеспечению ресурсами, оформлению и информационному наполнению в отношении зданий и помещений, где осуществляется обслуживание, дистанционных и интерактивных сервисов, рабочих места специалистов

Применяются требования к внешнему виду, организации пространства, обеспечению ресурсами, оформлению и информационному наполнению в отношении дистанционных и интерактивных сервисов, рабочих места специалистов

### 3.2. Внутренняя организация

Применяются общие требования к организации выполнения процесса обслуживания, взаимодействия между подразделениями на основе единой методологии

Применяются общие требования к организации выполнения процесса обслуживания, взаимодействия между подразделениями на основе ВНД

Применяются общие требования к организации выполнения процесса обслуживания, взаимодействия между подразделениями на основе единой методологии

График очного и дистанционного обслуживания составляет не менее 40 часов в неделю с понедельника по пятницу (кроме недель, на которые приходятся официальные нерабочие праздничные дни) исключая время обеденных и (или) технических перерывов

График очного и дистанционного обслуживания составляет не менее 40 часов в неделю с понедельника по пятницу (кроме недель, на которые приходятся официальные нерабочие праздничные дни)

Время обслуживания и выполнения операций устанавливается на основе унифицированных (целевых) карт процессов обслуживания, утвержденных ВНД Общества. Применяется адаптированный вариант ЕКТО, в части актуализации тематик обращений для юридических лиц, для каждой темы применяется унифицированный алгоритм обработки обращения и скрипт для консультирования по типовым вопросам

#### 4. Культура обслуживания и дресс-код.

Для обслуживания клиентов всех сегментов применяются единые требования, изложенные в настоящей Методике

##### 1.2. Требования к обслуживанию VIP клиентов сегмента B2B.

<b>B2B ГП</b>	<b>B2B2C</b>	<b>B2B НЭСК</b>
<b>1. Формы обслуживания и КК</b>		
<b>1.1. Очное обслуживание</b>		
Очное обслуживание осуществляется в подразделении Общества или на территории клиента (выбор клиента). Обслуживание осуществляет персональный менеджер.		
Выездное обслуживание осуществляется для оказания услуг, требующих проведение работ на территории клиента. Обслуживание осуществляет профильный специалист		
<b>1.2. Дистанционное обслуживание</b>		
Обслуживание по телефону на номер персонального менеджера.		
Основные каналы поступления письменных обращений – электронная почта персонального менеджера. Для официальной переписки используется почтовый адрес Общества		
<b>1.3. Интерактивное обслуживание</b>		
Официальный сайт Общества, ЛКК, электронный документооборот являются базовыми интерактивными сервисами		
<b>2. Процесс обслуживания</b>		
Применяются общие требования к процессу обслуживания. При обработке обращений используются регламенты единой методологии для юридических лиц, а также индивидуальные подходы к работе при проведении переговоров	Применяются общие требования к процессу обслуживания, а также индивидуальные подходы к работе при проведении переговоров	Применяются общие требования к процессу обслуживания. При обработке обращений используются регламенты единой методологии для юридических лиц, а также индивидуальные подходы к работе при проведении переговоров
<b>3. Организация обслуживания</b>		
<b>3.1. Внешняя организация</b>		
Применяются требования к внешнему виду, организации пространства, обеспечению ресурсами, оформлению и информационному наполнению в отношении зданий и помещений, где осуществляется обслуживание, дистанционных и интерактивных сервисов, рабочих места специалистов		Применяются требования к внешнему виду, организации пространства, обеспечению ресурсами, оформлению и информационному наполнению в отношении дистанционных и интерактивных сервисов, рабочих места специалистов
<b>3.2. Внутренняя организация</b>		
Применяются общие требования к организации выполнения процесса обслуживания, взаимодействия между подразделениями на основе единой методологии	Применяются общие требования к организации выполнения процесса обслуживания, взаимодействия между подразделениями на основе ВНД	Применяются общие требования к организации выполнения процесса обслуживания, взаимодействия между подразделениями на основе единой методологии



График очного и дистанционного обслуживания составляет не менее 40 часов в неделю с понедельника по пятницу (кроме недель, на которые приходятся официальные нерабочие праздничные дни) исключая время обеденных и (или) технических перерывов. Допускается ненормированный график обслуживания

График очного и дистанционного обслуживания составляет не менее 40 часов в неделю с понедельника по пятницу (кроме недель, на которые приходятся официальные нерабочие праздничные дни). Допускается ненормированный график обслуживания

Время обслуживания и выполнения операций устанавливается на основе унифицированных (целевых) карт процессов обслуживания, утвержденных ВНД Общества. Рекомендуются сократить время обработки обращений в бэк-офисе не менее чем в 1,5 раза. Применяется адаптированный вариант ЕКТО, в части актуализации тематик обращений для юридических лиц, для каждой темы применяется унифицированный алгоритм обработки обращения и скрипт для консультирования по типовым вопросам

#### **4. Культура обслуживания и дресс-код.**

Для обслуживания клиентов всех сегментов применяются единые требования, изложенные в настоящей Методике и специальные требования согласно ВНД Общества

### **2. Стандарты обслуживания клиентов сегмента В2С.**

#### **Обслуживание клиентов**

##### **1. Формы обслуживания и КК**

###### **1.1. Очное обслуживание**

Обслуживание осуществляется в фронт-офисе и АСВК специалистами ЦОК и (или) бэк-офиса.

Выездное обслуживание может быть предоставлено отдельным категориям клиентов в соответствии с требованиями законодательства, для оказания услуг, требующих проведение работ на территории клиента. Выездное обслуживание может быть предоставлено в форме мобильных бригад в соответствии с требованиями настоящей Методики.

Выездное обслуживание осуществляется специалистами ЦОК или профильными специалистами других подразделений

###### **1.2. Дистанционное обслуживание**

Обслуживание по телефону осуществляется по единому номеру.

Основные каналы поступления письменных обращений – электронная почта Общества, почтовый адрес Общества или ЦОК, мессенджеры. Обработку письменных обращений осуществляют специалисты фронт-офиса

#### **Обслуживание VIP клиентов**

Обслуживание осуществляется во фронт-офисе (ЦОК) или ином подразделении Общества персональным менеджером. Выездное обслуживание осуществляется персональным менеджером или профильными специалистами других подразделений

Обслуживание по телефону осуществляется по единому номеру.

Основные каналы поступления письменных обращений – электронная почта или мессенджеры персонального менеджера, который обрабатывает такие обращения. В случае направления письменных обращений на электронный адрес Общества, почтовый адрес Общества или ЦОК,

мессенджеры или аккаунты в социальных сетях, то обработку производит специалист фронт-офиса

### **1.3. Интерактивное обслуживание**

Официальный сайт Общества, ЛКК и IVR являются базовыми интерактивными сервисами. Дополнительно могут быть использованы аккаунт в социальных сетях, терминалы или внешние информационные сервисы в сети Интернет.

Обработка письменных обращений в части простых вопросов должна быть автоматизирована. Обработка письменных обращений в части сложных вопросов должна осуществляться специалистами фронт-офиса

## **2. Процесс обслуживания**

Применяются общие требования к процессу обслуживания. При обработке обращений используются регламенты единой методологии для физических лиц, а также индивидуальные подходы к работе при проведении переговоров

## **3. Организация обслуживания**

### **3.1. Внешняя организация**

Применяются общие требования к организации выполнения процесса обслуживания, взаимодействия между подразделениями на основе единой методологии.

Применяются требования к внешнему виду, организации пространства, обеспечению ресурсами, оформлению и информационному наполнению в отношении зданий и помещений, где осуществляется обслуживание, дистанционных и интерактивных сервисов, рабочих места специалистов

### **3.2. Внутренняя организация**

Среднее время ожидания в очереди в ЦОК не должно превышать установленное приказом Генерального директора значение, пересматриваемое 1 раз в год с учетом рекомендаций ПАО «Интер РАО» по значениям (SLA)

График очного обслуживания составляет не менее 40 часов в неделю (36 часов в неделю - в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях) (кроме недель, на которые приходятся официальные нерабочие праздничные дни), не менее 6 часов из которых должны приходиться на субботу и (или) воскресенье (кроме официальных нерабочих праздничных дней) Обслуживание по телефону График обслуживания по телефону не менее 10 часов в день с понедельника по субботу (кроме официальных нерабочих праздничных дней)

Среднее время ожидания ответа по телефону с момента соединения (в случае обслуживания с использованием IVR с момента выхода клиента из системы IVR) до момента ответа работника Общества или его представителя не должно превышать установленное приказом Генерального директора значение, пересматриваемое 1 раз в год с учетом рекомендаций ПАО «Интер РАО» по значениям (SLA)

На письменные обращения клиентов должны быть предоставлены ответы, по существу, в соответствии с

Среднее время ожидания в очереди в ЦОК не должно превышать установленное приказом Генерального директора значение, пересматриваемое 1 раз в год с учетом рекомендаций ПАО «Интер РАО» по значениям (SLA)

Обслуживание по единому телефону по общему графику. Обслуживание по телефону персонального менеджера допускается по ненормированному графику

Среднее время ожидания ответа по телефону с момента соединения (в случае обслуживания с использованием IVR с момента выхода клиента из системы IVR) до момента ответа работника Общества или его представителя не должно превышать установленное приказом Генерального директора значение, пересматриваемое 1 раз в год с учетом рекомендаций ПАО «Интер РАО» по значениям (SLA)

На письменные обращения клиентов должны быть предоставлены ответы, по существу, в соответствии с установленными нормативами, но

установленными нормативами, но не позднее 10 календарных дней с момента получения обращения

Для письменных обращений, направленных разными КК устанавливается разное время предоставления ответа

Время обслуживания и выполнения операций устанавливается на основе унифицированных (целевых) карт процессов обслуживания, утвержденных ВНД Общества. Применяется адаптированный вариант ЕКТО в части тематик обращений для физических лиц, для каждой темы применяется унифицированный алгоритм обработки обращения и скрипт для консультирования по типовым вопросам

Время обслуживания и выполнения операций устанавливается на основе унифицированных (целевых) карт процессов обслуживания, утвержденных ВНД Общества. Рекомендуется сократить время обработки обращений в бэк-офисе не менее чем в 1,5 раза. Применяется адаптированный вариант ЕКТО, в части актуализации тематик обращений для физических лиц, для каждой темы применяется унифицированный алгоритм обработки обращения и скрипт для консультирования по типовым вопросам

### **3.3. Культура обслуживания и дресс-код**

Для обслуживания клиентов всех сегментов применяются единые требования, изложенные в настоящем Стандарте