



**СТАНДАРТ КАЧЕСТВА  
ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ  
ООО «ЭНЕРГОСБЫТ ХЕРСОН»**

2023

## Содержание:

<b>1. Общие положения.....</b>	<b>3</b>
1.1. Термины, определения и сокращения.....	3
1.2. Цели и задачи.....	3
<b>2. Требования к организации обслуживания клиентов.....</b>	<b>4</b>
2.1. Принципы обслуживания клиентов.....	4
2.2. Функции структурных подразделений, занятых в работе с клиентами.....	5
2.3. Основные критерии и параметры взаимодействия с клиентами.....	5
2.4. Особенности общения с людьми с ограниченными возможностями.....	5
2.5. Принципы урегулирования конфликтов.....	6
2.6. Обеспечение качества клиентского обслуживания.....	6
<b>3. Требования к организации очного обслуживания.....</b>	<b>6</b>
3.1. Организация инфраструктуры при очном обслуживании.....	6
3.2. Организация приема клиентов.....	7
3.3. Требования к офисам для обслуживания клиентов.....	7
3.4. Требования к помещениям для приёма клиентов.....	7
3.5. Требования к персоналу, осуществляющему прием клиентов.....	8
3.5.1. Требования к специалисту по работе с клиентами.....	8
3.5.2. Требования к содержанию рабочего места.....	8
3.5.3. Общие принципы делового этикета.....	9
3.6. Внешний вид сотрудника при очном обслуживании клиентов (дресс-код).....	10
<b>4. Требования к организации заочного обслуживания.....</b>	<b>10</b>
4.1. Организация инфраструктуры при заочном обслуживании.....	10
4.2. Требования к организации обратной связи с клиентами.....	11
4.3. Правила делового этикета при телефонных переговорах.....	11
4.4. Общие требования к сотрудникам ЕКЦ.....	11
4.4.1 Общие требования к сотрудникам ЕКЦ.....	12
4.5. Правила делового этикета при переписке с клиентом.....	12
4.5.1. Порядок заочного обслуживания клиентов посредством почтовой переписки.....	12
4.5.2. Порядок заочного обслуживания клиентов посредством электронной переписки.....	12
<b>Нормативные ссылки.....</b>	<b>13</b>
<b>Приложение 1.....</b>	<b>14</b>



## 1. Общие положения:

- Настоящий Стандарт качества обслуживания клиентов ООО «Энергосбыт Херсон» (далее - Стандарт) является нормативным документом, устанавливающим базовые требования к клиентскому обслуживанию в ООО «Энергосбыт Херсон» (далее - Общество).
- Стандарт Общества - это свод правил взаимодействия с клиентами, устанавливающих порядок очного и заочного обслуживания клиентов, создание комфортных условий при оказании услуг, порядок урегулирования конфликтов, рассмотрения обращений, способы контроля за исполнением настоящего Стандарта. Правила Стандарта обеспечивают коммуникации с клиентом на высшем уровне, гарантию реакции на обращение, компетентность услуг, предоставляемых компанией.
- Стандарт вступает в силу после утверждения Генеральным директором ООО «Энергосбыт Херсон»
- Стандарт предназначен для применения всеми сотрудниками Общества.
- Стандарт распространяется на взаимоотношения с клиентами — физическими лицами, юридическими лицами.

### 1.1. Термины, определения и сокращения

Применительно к настоящему Стандарту используются следующие термины и определения:

**Бэк-офис** - подразделения Общества, на которые возложены задачи, непосредственно не связанные с личным обслуживанием клиентов.

**Гарантирующий поставщик электрической энергии** – организация, обязанная в соответствии с действующим законодательством или принятыми обязательствами заключить договор купли-продажи электрической энергии или договор энергоснабжения с любым обратившимся к нему клиентом в отношении энергопринимающих устройств, расположенных в границах зоны деятельности гарантирующего поставщика.

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

**Заочное обслуживание** – обслуживание клиентов без личного контакта сотрудников с клиентами, в том числе посредством телефона, почты, электронной почты, сети Интернет.

**Клиент** – юридическое или физическое лицо, а также индивидуальный предприниматель (ИП), простое товарищество, владеющее на праве собственности или ином законном основании энергопринимающими устройствами, заключившее в установленном порядке договор энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности)) или обратившееся в Общество для заключения договора, а также потребитель (покупатель) иных жилищно-коммунальных услуг, обсуживающийся по договору биллинга.

**Компания** – ООО «Энергосбыт Херсон»

**Общество** – ООО «Энергосбыт Херсон»

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

**Оператор заочного обслуживания** – сотрудник Компании, непосредственно взаимодействующий с клиентами от лица организации через заочные каналы связи.

**Оператор очного обслуживания** – сотрудник Компании, непосредственно взаимодействующий с клиентами от лица организации в ходе личного приёма клиентов.

**Очное обслуживание** – обслуживание клиентов посредством личного контакта с сотрудниками компаний. Очное обслуживание осуществляется в ЦОК Общества.

**Официальный сайт** – информационный ресурс, объединённая под одним адресом (доменным именем или IP-адресом) совокупность документов Общества в сети Интернет. Официальный сайт Общества [www.herson.e-sbt.ru](http://www.herson.e-sbt.ru)

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

**Фронт-офис** – сотрудники Общества, осуществляющие непосредственный контакт с клиентами в очной (ЦОК).

**Центр обслуживания клиентов (далее – ЦОК)** – офис, предназначенный для приема обращений клиентов по вопросам энергопотребления, эксплуатации приборов учета, расчетов за потребленную электроэнергию, осуществления коммунальных платежей, создания комфортной, эргономичной среды взаимодействия, повышения эффективности обслуживания.

**Электронная очередь** – система управления очередью, позволяющая упорядочить процесс обслуживания клиентов. В результате распределения и оптимизации потока клиентов электронная очередь сокращает время ожидания в очереди, повышает эффективность работы ЦОК и внедряется Обществом при наличии такой необходимости или в случаях, предусмотренных действующим законодательством.

**Этикет** – совокупность норм и правил, отражающих представления о должном поведении и формализующих процесс коммуникации с клиентами, коллегами.

## 1.2. Цели и задачи

**Целью** настоящего Стандарта является установление норм, правил, оптимизация и формализация процедур взаимодействия Общества с клиентами, единых требований к качеству обслуживания, исполнение требований действующего законодательства в отношении гарантирующего поставщика электрической энергии, а также повышение удовлетворенности клиентов качеством обслуживания.

**Повышение удовлетворенности качеством обслуживания достигается в результате:**

- экономии времени и усилий клиента;
- сокращения времени на обслуживание одного клиента;
- создания комфортных условий и доброжелательного отношения к клиенту;
- упрощения процедуры взаимодействия с клиентами.

**Стандарт устанавливает требования к следующим процессам взаимодействия:**

- реагирование на отзывы и обращения, обеспечение «обратной связи»;
- текущее обслуживание (очное, заочное);
- анализ потребностей и ожиданий клиентов посредством обработки обращений клиентов;
- осуществление мониторинга и контроль обслуживания клиентов, в том числе исполнения решений, принятых по жалобам и обращениям клиентов;
- обеспечение информированности клиентов о деятельности Общества.

## 2. Требования к организации обслуживания клиентов

**Территориальная доступность.** Клиентам гарантируется качественное обслуживание и оперативное рассмотрение обращений независимо от удаленности места проживания (нахождения).

**Организационная доступность.** Правила пользования услугами Общества должны быть прозрачны и исполнимы.

**Информационная доступность.** Полная и достоверная информация обо всех процедурах взаимодействия с Обществом носит публичный характер и предоставляется в доступной форме. Клиенты надлежащим образом информируются о стоимости услуг, порядке формирования и размере тарифов на оплату электроэнергии. Общество размещает в офисах обслуживания и на официальном сайте информацию, необходимую клиентам согласно требованиям действующего законодательства.

### 2.1. Принципы обслуживания клиентов:

**Принцип «обратной связи»:**

Общество проводит изменения в своей деятельности в ответ на потребности и ожидания клиентов.



### **Принцип «объективности»:**

- Клиентам обеспечивается объективное и непредвзятое рассмотрение обращений и жалоб в установленные сроки, исходя из принципа добросовестности клиента, если в установленном законом порядке не установлено обратное.
- Клиентам обеспечивается защита персональных данных на основании Федерального закона Российской Федерации от 27.07.2006г. № 152-ФЗ «О персональных данных». Специалисты компании обеспечивают конфиденциальность полученной информации. Допускается передача информации, документов и писем, полученных от клиентов, только в случаях, предусмотренных действующим законодательством.

### **2.2. Функции структурных подразделений, занятых в работе с клиентами**

- организация клиентского обслуживания с учётом положений Стандарта, договорных обязательств, регламентов и других нормативных актов;
- приём, обработка и анализ поступивших обращений;
- работа с жалобами;
- сбор и предоставление руководству Компании отчётов по взаимодействию с клиентами и предложений по улучшению качества обслуживания;
- организация порядка на рабочем месте, в ЦОК;
- иные задачи, указанные в должностных инструкциях.

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

- единообразии требований к качеству предоставления услуг, соблюдение установленных сроков по всем процедурам взаимодействия;
- клиентоориентированность и индивидуальный подход к клиентам;
- минимизация времени, затраченного на обслуживание, в том числе посредством минимизации очных контактов с клиентами компании;
- оперативность реагирования на жалобы и обращения;
- полнота, актуальность и достоверность информации.

### **2.4. Особенности общения с людьми с ограниченными возможностями**

При общении необходимо разговаривая с человеком с ограниченными возможностями, обращаться непосредственно к нему, а не к сопровождающему или сурдопереводчику (если они присутствуют в разговоре).

При общении с людьми, испытывающими трудности при передвижении необходимо:

- помнить, что инвалидная коляска – неприкосновенное пространство человека. Недопустимо облакачиваться на нее, толкать, катить коляску без его согласия.
- если вам разрешили передвигать коляску, катить ее медленно. Коляска быстро набирает скорость, и неожиданный толчок может привести к потере равновесия;
- при беседе, по возможности, располагаться на одном уровне с клиентом. Следует избегать положения, при котором вашему собеседнику придется запрокидывать голову;
- помнить, что, как правило, у людей, имеющих трудности при передвижении, нет проблем со зрением, слухом и пониманием, и общаться с ними соответственно.

При общении с людьми с плохим зрением и незрячими необходимо помнить:

- обязательно представиться;
- предупреждать о препятствиях: ступенях, низких притолах и т.п.;
- в случае сопровождения незрячего человека собакой-поводырем не давать ей команды и не трогать ее;
- при необходимости читать незрячему человеку, сначала предупредить его об этом. Говорить нормальным голосом, не пропускать информацию, если вас об этом не попросят. Если это важный документ, не заменять чтение пересказом. Если незрячий человек должен подписать документ, прочитать его обязательно. Инвалидность не освобождает слепого человека от ответственности, обусловленной документом;



При общении с людьми с нарушением слуха необходимо помнить:

- для привлечения внимания человека, который плохо слышит, можно сделать знак ему рукой или прикоснуться к плечу. При беседе смотреть прямо на него;
- необходимо иметь в виду, что не все люди, которые плохо слышат, могут читать по губам;
- говорить ясно и ровно. Не нужно излишне подчеркивать что-то и кричать, особенно в ухо;
- если сообщаете информацию, которая включает в себя номер, технический или другой сложный термин, адрес, напишите ее, но так, чтобы она была точно понята;
- при затрудненном устном общении можно предложить общение перепиской.

При общении с людьми с задержкой в развитии и затруднениями в общении необходимо помнить:

- использовать доступный язык, выражаться точно и по делу;
- предоставлять информацию «по шагам», давая вашему собеседнику возможность осмыслить каждый шаг.

При общении с людьми, испытывающими затруднения в речи необходимо помнить:

- начинать говорить только тогда, когда убедитесь, что он уже закончил свою мысль;
- задавать вопросы, которые требуют коротких ответов или кивка;
- не стесняться переспросить при затруднении в общении спросить, не хочет ли Ваш собеседник использовать другой способ – написать, напечатать.

## **2.5. Принципы урегулирования конфликтов**

Недопущение возникновения конфликта является важным условием для обеспечения защиты интересов клиентов.

Во избежание конфликтных ситуаций сотрудники Общества обязаны:

- стремиться действовать в интересах клиентов, уметь распознавать и избегать ситуаций, когда может возникнуть конфликт;
- стремиться не допускать возникновения ситуации, при которой в конфликте начинают участвовать другие клиенты;
- соблюдать принцип конфиденциальности (неразглашения информации, не предназначенной для открытого доступа или пользования всеми желающими).

В случае возникновения обстоятельств, которые, по мнению сотрудника, могут привести к конфликту, он обязан срочно поставить в известность об этом своего непосредственного руководителя, который должен принять меры к урегулированию возникшей ситуации.

При разрешении конфликтных ситуаций с клиентами действия сотрудников Общества, включая принимаемые ими решения, не должны преследовать личный интерес.

## **2.6. Обеспечение качества клиентского обслуживания**

Клиентское обслуживание Обществом включает в себя:

- заключение и исполнение договора энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности));
- прием показаний приборов учета электрической энергии;
- начисление платы и организация получения денежных средств с клиентов за отпущенную электроэнергию;
- организация приёма всех обращений клиентов в адрес Общества;
- информирование клиентов по вопросам, связанным с процессом электроснабжения в соответствии с требованиями действующего законодательства.

## **3. Требования к организации очного обслуживания**

### **3.1. Организация инфраструктуры при очном обслуживании**

Очное обслуживание клиентов осуществляется в офисах обслуживания клиентов Общества в часы работы соответствующего ЦОК (информация адресов и режима работы размещена на

официальном сайте). Допускается смещение рабочего графика в зависимости от территориальных особенностей и необходимости обеспечения обслуживания в вечернее время.

Количество, потребность и места расположения ЦОК определяются Обществом, исходя из критерия численности населения зоны деятельности Общества в качестве гарантирующего поставщика, из принципа доступности очного обслуживания, пешеходной и транспортной доступности до ЦОК и обратно в течение рабочего дня для всех клиентов, проживающих в границах зоны обслуживания данных ЦОК, охвата всей зоны деятельности гарантирующего поставщика, а также исходя из требований действующего законодательства РФ.

### 3.2. Организация приема клиентов

Основным принципом очного обслуживания клиента является принцип «одного окна». Все регламенты и процедуры должны быть направлены на минимизацию количества дополнительных контактов клиента с компанией.

Для отдельных категорий клиентов (одинокие люди с ограниченными возможностями передвижения, ветераны ВОВ, одинокие незрячие или слабовидящие люди) осуществляется индивидуальный формат обслуживания.

Устанавливаются следующие типовые параметры средней продолжительности взаимодействия с клиентами:

Форма взаимодействия	Критерий	Параметр (среднее значение на 1 лицевой счет)
<b>Центры обслуживания клиентов</b>		
Обслуживание специалистом – консультация	Ожидание в очереди	10 минут
	Приём	10 минут
Обслуживание специалистом – кассовая операция	Ожидание в очереди	5 минут
	Приём	5 минут
Обслуживание специалистом – консультация и кассовая операция	Ожидание в очереди	15 минут
	Приём	15 минут
<b>Общее время обслуживания клиента с учетом кассовой операции</b>		<b>не более 30 минут</b>
<b>Общее время обслуживания (в ЦОКах без кассы)</b>		<b>не более 20 минут</b>

### 3.3. Требования к офисам для обслуживания клиентов

В целях повышения уровня обслуживания клиентов, Обществом разработана единая концепция дизайна и оформления ЦОК.

Над входом здания, в котором расположен офис обслуживания клиентов, размещается фасадная вывеска Общества, выполненная в корпоративном фирменном стиле.

Вход в офис обслуживания клиентов оснащается информационной табличкой с наименованием компании и информацией о режиме работы. Вход и выход (включая аварийные) офиса обслуживания клиентов должны быть оборудованы указателями и источниками аварийного освещения.

В целях безопасности сотрудников и клиентов офисы обслуживания оборудуются:

- Противопожарной системой и средствами пожаротушения;
- Системой оповещения о возникновении чрезвычайной ситуации, тревожной кнопкой.

Все помещения офиса обслуживания клиентов должны удовлетворять требованиям санитарной гигиены, регулярно поддерживаться в хорошем состоянии.

В помещениях должны отсутствовать предметы, вещи, которые загромождают пространство.

Личный приём клиентов-физических лиц по общим вопросам должен осуществляться в клиентском зале ЦОК. Личный приём юридических лиц может осуществляться в клиентском зале, если это позволяет площадь помещения.

Центр обслуживания клиентов включают зоны: обслуживания, ожидания, операционная (кассовая).

В клиентском зале головных офисов Общества по возможности должна присутствовать электронная очередь.

### **3.4. Требования к помещениям для приёма клиентов**

Сотрудники, осуществляющие приём и обслуживание клиентов, должны сидеть к клиентам лицом.

При обслуживании за столами со стороны клиентов должен стоять стул, чтобы клиент имел возможность работать с документами (просмотреть/подписать документы). На столе должны быть письменные принадлежности для пользования клиентом (бумага для записей, ручки с фиксацией).

Должна быть обеспечена чистота помещения Центра обслуживания клиентов, входной группы (витрин и окон), рекламных конструкций.

Сотрудники клиентского зала должны быть обеспечены необходимым оборудованием и программным обеспечением рабочего места:

- компьютер с доступом на корпоративный сайт компании и в актуальную базу данных, с возможностью вносить изменения (в зависимости от вопроса клиента и прав доступа);
- возможность доступа к внутреннему телефону (для связи с иными сотрудниками компании с целью решения проблемы клиента), электронной почте.

Каждый ЦОК оборудуется информационным стендом.

Каждый Центр обслуживания клиентов имеет книгу отзывов и предложений:

- Книга ежедневно просматривается ответственным специалистом.
- Регистрация и обработка отзывов и обращений клиентов ведется в соответствии с утвержденными локально-нормативными актами.

### **3.5. Требования к персоналу, осуществляющему прием клиентов**

#### **3.5.1. Требования к специалисту по работе с клиентами**

Должен обладать достаточной компетенцией и выполнять следующие функции:

- прием и консультирование клиентов;
- прием от клиентов документов для заключения договора энергоснабжения, внесения изменений в лицевой счет/договор, произведения перерасчёта;
- разъяснение, сверка и корректировка расчетов за электроэнергию;
- выдача клиенту копий документов, справок об отсутствии задолженности, подписанных договоров, платежных документов, дополнительных соглашений и пр.;
- прием показаний прибора учета и отражение их в базе данных;
- передача документов от клиента специалистам бэк-офиса по принадлежности для рассмотрения, проверяя их на соответствие предъявляемым требованиям по комплектности и достаточности.

#### **3.5.2 Требования к содержанию рабочего места**





Каждый сотрудник поддерживает чистоту и порядок на своем рабочем месте.

На рабочем месте запрещен приём пищи. Исключение составляет вода.

Недопустимо держать на рабочем месте:

- рекламную продукцию конкурентов;
- художественную литературу, журналы, газеты, не имеющие прямого отношения к служебной деятельности;
- одежду, посуду, косметику и иные предметы, не относящиеся к рабочему процессу.

Не допустимо на рабочем месте вести разговоры личного характера, в том числе по телефону.

Необходимо наличие бейджа с указанием наименования Общества, должности, имени, отчества (при наличии) и фамилии.

В рабочее время сотрудник переключает личный мобильный телефон в бесшумный / виброрежим.

Сотрудник должен соблюдать субординацию с руководителями и коллегами, особенно в присутствии клиентов.

Сотрудник не должен заниматься макияжем, прической, находясь на рабочем месте.

Отмечать праздники в рабочее время запрещено.

**Категорически запрещается в присутствии клиентов:**

- вести посторонние разговоры;
- держать личный мобильный телефон на рабочем столе;
- порочить репутацию компании и других предприятий;
- распространять служебную тайну, конфиденциальную информацию и персональные данные клиентов;
- оказывать давление, спорить, угрожать клиенту, создавать конфликтные ситуации.

### 3.5.3. Общие принципы делового этикета

Сотрудник, осуществляющий очное обслуживание клиентов, является лицом компании и от него зависит восприятие компании клиентами. Личное общение с клиентом является важным элементом корпоративной культуры Общества.

Сотрудник клиентского зала должен дать качественную (квалифицированную) консультацию, предоставить информацию по тематике обращения.

Сотрудник должен стремиться обеспечить максимальный эмоциональный комфорт для клиента. Предупредительность, тактичность, вежливость, доброжелательность и спокойствие являются безусловными составляющими высокой коммуникативной культуры общения сотрудника с клиентами.

Сотрудник относится ко всем клиентам одинаково выдержанно вне зависимости от личных симпатий и антипатий.

Сотрудник должен уважать точку зрения клиента вне зависимости от того, разделяет он ее или нет. Не допускается навязывание своей точки зрения, игнорирование высказываний клиента.

При взаимодействии с клиентом сотрудник не должен предоставлять заведомо ложную информацию либо дезориентировать его иными способами.

Если у сотрудника нет полной уверенности в точности передаваемой клиенту информации, или если сотрудник не обладает необходимой компетенцией, чтобы решить проблему обратившегося к нему клиента, то он должен:

- если для выяснения деталей требуется значительное время, то следует принять обращение и (при этом указать способ связи и точное время) уточнить удобный способ для направления ответа;
- в случае необходимости специалист самостоятельно взаимодействует с подразделениями компании для решения вопроса клиента.

**Поведенческие особенности при обслуживании клиентов:**

- Сотрудник всегда первым приветствует клиента. При приветствии клиента обязательна улыбка сотрудника.
- Корпус развернут в сторону клиента, взгляд направлен на клиента.



- Сидя на рабочем кресле, нельзя раскачиваться, сидеть в расслабленной позе.
- Сотрудник в процессе общения обращается к клиенту по имени и отчеству (если клиент представился или сотруднику известно его имя и отчество) и на «Вы» вне зависимости от его возраста и социального положения, это подчеркивает вежливое и уважительное отношение Общества к клиенту.

#### **Форма изложения устных обращений к клиентам:**

- Сотрудник не должен допускать категорических выражений, таких как: "Вы обязаны", "Вы должны" и т.п.
- При общении с клиентом необходимо избегать непонятных терминов.
- Недопустимо повышение голоса, торопливость, высказывание нетерпения, проявление безразличия к ситуации клиента.

#### **Обслуживание клиентов при приеме письменного заявления**

- внимательно изучить его;
- помочь клиенту изложить свою претензию, дать возможность высказаться;
- при недостатке информации, изложенной в заявлении, выяснить у клиента недостающую информацию;
- известить клиента о сроке рассмотрения обращения;
- обеспечить регистрацию письменного заявления, требующего времени для проработки и подготовки ответа.

Сотрудник должен решить вопрос клиента, предложить оптимальный вариант решения его вопроса, чтобы исключить повторное обращение.

**При обсуждении принципиально важных или спорных моментов сотруднику необходимо** получить подтверждение, понял ли его клиент. Повторяя ключевые фразы беседы, нужно убедиться, что стороны пришли к согласию относительно дальнейших действий клиента;

#### **Культура обслуживания при выявлении ошибок:**

- При выявлении ошибок, допущенных со стороны компании, необходимо принести клиенту извинения за причиненные неудобства от лица компании.
- При выявлении ошибок, допущенных клиентом, запрещается высказывать претензии, необходимо вежливо объяснить правильный порядок действий.
- В случае проявления со стороны клиента необоснованной агрессии, неадекватного поведения, нахождения его в алкогольном/наркотическом опьянении в пределах зоны ожидания или зоны обслуживания, оператор обращается к охраннику, вызывает полицию и др.

Подробное руководство по общению с клиентами размещено в Памятке обслуживания клиентов (Приложение 1 к Стандарту).

### **3.6. Внешний вид сотрудника при очном обслуживании клиентов (дресс-код)**

В целях поддержания корпоративного имиджа и фирменного стиля Общества сотрудники, непосредственно общающиеся с клиентами, должны выполнять рекомендации корпоративного дресс-кода. Дресс-код является продолжением корпоративной культуры компании.

Одежда сотрудника должна быть чистой, опрятной, выглаженной, аккуратной, неброских тонов, выдержанная в строгом деловом стиле:

- костюм или юбка (не более 8 см выше колена), брюки, жилет, пиджак - однотонных темных расцветок (темно-синий, черный);
- рубашка (у женщин) и сорочка (у мужчин) однотонного белого цвета;
- запрещается спортивная одежда, пляжная одежда, а также излишне открытая и вызывающая;
- недопустимо находиться на рабочем месте в верхней одежде, а также головных уборах;
- обувь сотрудника должна быть чистой и опрятной, с закрытым носком и пяткой, цвет обуви должен гармонировать с одеждой. Не допускается спортивная и пляжная обувь. В осенне-зимний период сотрудникам обязательно ношение сменной обуви;
- макияж должен быть спокойный, дневной, приглушенных тонов;



- волосы должны быть ухожены и аккуратно уложены. Длинные волосы рекомендуется убирать в низкий хвост или пучок. Креативные стрижки или окрашивание недопустимы;
- руки должны быть ухоженными, ногти - не длинными, с не ярким покрытием;
- запах парфюмерии не должен быть сильно выражен;
- украшения, если они используются, должны быть неброскими. Не следует носить одновременно более 3 предметов;
- ношение бейджа в течение всего рабочего дня. Бейдж оформляется в корпоративном стиле, содержит название Общества, логотип, должность, имя, отчество (при наличии) и фамилию сотрудника;
- корпоративные аксессуары в виде шейных платков для женщин и галстуков для мужчин являются элементами фирменного стиля сотрудника Общества.

#### **4. Требования к организации заочного обслуживания**

##### **4.1. Организация инфраструктуры при заочном обслуживании**

Система заочного обслуживания клиентов осуществляется по следующим каналам связи:

- телефонная связь;
- интерактивное обслуживание (с помощью формы обратной связи на официальном сайте Общества, электронной почты, мессенджеров и другие);
- деловая переписка (письмо, доставленное нарочно, курьером, почтой или иным способом);

Специалисты Общества, обеспечивающие заочное обслуживание потребителей, используют единые информационные базы данных, не допускаются повторные запросы информации от клиентов, а также систематизируют и анализируют все темы обращений от клиентов.

Основные темы обращений для обратной связи подразделяются на:

- передача показаний;
- сверка расчетов;
- заключение/изменение договора;
- оплата;
- прочие;

##### **4.2. Требования к организации обратной связи с клиентами**

Под обратной связью понимается выражение клиентом степени удовлетворённости деятельностью компании. По способу выражения обратная связь подразделяется на:

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

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

Алгоритм работы по рассмотрению обращений / жалоб клиентов должен включать в себя следующие этапы:

- регистрация обращения / жалобы;
- сбор дополнительной информации, анализ обстоятельств;
- принятие мер по обращению / жалобе.

##### **4.3. Правила делового этикета при телефонных переговорах**

Сотрудник, отвечающий на телефонный вызов, формирует соответствующий имидж Общества у клиентов и партнеров.

При телефонных переговорах с клиентами сотрудник обязан поздороваться, представиться и назвать наименование компании.

Из-за особенностей телефонной связи сотруднику необходимо четко выговаривать слова, чтобы клиент хорошо их слышал и понимал.

Сотруднику следует следить за скоростью своей речи, т.к. слишком быстрая или слишком медленная речь затрудняют общение. Телефонный разговор должен быть содержательным, но кратким.

Сотруднику рекомендуется использовать приемы активного слушания, не перебивать клиента.

Если сотрудник не уверен, что правильно расслышал что-либо в телефонном сообщении, ему необходимо переспросить клиента, во избежание недопонимания.

Не рекомендуется вести телефонные переговоры по громкой связи.

Если клиент ждет на линии и требуется уточнение информации для предоставления ответа, необходимо предупредить клиента о приблизительном времени ожидания или предложить обратный звонок после получения информации.

В конце общения сотруднику необходимо поблагодарить клиента за звонок.

#### **4.4. Порядок заочного обслуживания клиентов посредством телефонной связи (ЕКЦ)**

Клиент может воспользоваться многоканальными телефонными номерами единого контакт-центра (ЕКЦ) Общества.

Все телефонные номера ЕКЦ доступны для звонков клиентов:

- физических лиц – круглосуточно (оператор- по графику работы ЕКЦ, интерактивная система голосового самообслуживания).
- юридических лиц – по графику работы ЕКЦ.

В случае обращения клиента по номерам ЕКЦ за получением информации о состоянии расчетов или иных персональных данных клиент обязан представиться, назвать номер лицевого счета и/или адрес, ФИО. В случае, если клиент отказывается выполнить вышеуказанные требования, специалист Общества имеет право отказать клиенту в предоставлении запрашиваемой информации.

В случае, если обращение клиента содержит нецензурную брань, оскорбления или угрозы в адрес специалиста Общества, специалист Общества имеет право прервать разговор, предупредив об этом клиента.

Решение вопроса клиента должно осуществляться оператором ЕКЦ за один контакт – в течение 15 минут, за исключением сложных вопросов (время обслуживания превышает 15 минут или требуется консультация узкого специалиста или обращение по нескольким тематикам/нескольким лицевым счетам).

Если поступает сложный вопрос, то сотрудник записывает контактные данные клиента и обязуется перезвонить клиенту в течение рабочего дня. В случае, если решение вопроса требует больше времени, то специалист согласует с клиентом более поздний срок для предоставления ответа, но не превышающий 10 рабочих дней.

##### **4.4.1 Общие требования к сотрудникам ЕКЦ:**

- недопустимо игнорирование телефонных звонков: не позднее, чем 15 секунд после адресации вызова на оператора должен следовать ответ;
- отвечая на телефонный звонок, оператору необходимо вежливо поздороваться, представиться по форме корпоративного приветствия;
- телефонные переговоры должны вестись громким четким голосом, речь должна быть внятной, доброжелательной, грамотной;

##### **Использование интерактивной информационно-справочной системы (IVR-система).**

При звонке на номер телефона ЕКЦ у клиента есть возможность воспользоваться услугами интерактивного голосового меню (в том числе, когда оператор не доступен или линия занята, в выходные/праздничные дни). Далее ему необходимо следовать указаниям автоинформатора - набрав номер телефона Единого контакт центра, следовать голосовым командам тонового набора или электронного помощника через IVR-меню, вернуться на предыдущий уровень меню или дождаться

ответа оператора в случае, если возникли сложности. Варианты сообщений IVR должны быть ориентированы на различную степень информационной подготовленности клиента.

#### **4.5. Правила делового этикета при переписке с клиентом**

Деловая переписка может осуществляться как посредством почтовых писем, так и интерактивными способами. Любое письменное обращение в Общество, поступающее по почте и полученное от потребителя, регистрируется и обрабатывается.

Письменное обращение клиента должно быть рассмотрено специалистами Общества в течение 30 календарных дней (в случае если иной срок не предусмотрен законодательством). Исполнитель Общества проверяет полноту предоставленных сведений, если данных недостаточно, связывается с клиентом по одному из указанных клиентом способов связи в целях уточнения информации и согласования времени принятия дальнейших мер по обращению.

Действия по письменному обращению клиента не производятся в случаях:

- если письменное обращение содержит нецензурные либо оскорбительные выражения, угрозы жизни, здоровью и имуществу сотрудника Общества, а также членов его семьи;
- если текст письменного обращения не поддается прочтению;
- если в письменном обращении не указаны контактные данные.

В случае если в письменном обращении клиента содержится вопрос, на который клиенту уже был предоставлен ответ по существу в связи с ранее направленными обращениями и при этом в обращении не приводятся новые доводы или обстоятельства, клиент информируется о предоставленном ранее ответе.

##### **4.5.1 Порядок заочного обслуживания клиентов посредством почтовой переписки**

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

В случае если текст письменного обращения не поддается прочтению, клиент информируется об этом (при наличии возможности).

##### **4.5.2 Порядок заочного обслуживания клиентов посредством электронной переписки**

При направлении письма по электронной почте, сотрудник всегда кратко указывает его тему.

Длина письма должна соответствовать характеру обращения, ответ краткий, емкий и по существу вопроса.

Письмо необходимо начинать с обращения к клиенту по имени и отчеству.

В ответе рекомендуется привести краткое содержание полученного запроса.

Подпись в конце письма, установленного образца.

Обращение клиента посредством электронной почты должно быть рассмотрено специалистами Общества в течение 3 рабочих дней (в случае если иной срок не предусмотрен законодательством).

#### **Нормативные ссылки:**

В Стандарте учтены требования следующих нормативно-правовых актов и использованы нормативные ссылки на следующие документы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.
2. Жилищный кодекс Российской Федерации.
3. Федеральный закон Российской Федерации от 26 марта 2003 г. №35 «Об электроэнергетике».
4. Закон Российской Федерации от 2 мая 2006 г. № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации».
5. Основные положения функционирования розничных рынков электрической энергии и Правила полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии, утверждённые постановлением Правительства Российской Федерации от 4 мая 2012 г. № 442.

6. Правила предоставления коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов, утверждённые постановлением Правительства Российской Федерации от 6 мая 2011г. № 354.
7. Закон Российской Федерации от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании» (в ред. от 01.05.2007 г. N 65-ФЗ);
8. Правила недискриминационного доступа к услугам по передаче электрической энергии и оказания услуг по передаче электрической энергии и оказания этих услуг, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 27 декабря 2004 г. №861;
9. ГОСТ 32144-2013 Межгосударственный стандарт «Электрическая энергия. Совместимость технических средств электромагнитная. Нормы качества электрической энергии в системах электроснабжения общего назначения», введен в действие Постановлением Госстандарта Российской Федерации с 1 января 2014 г.
10. ГОСТ Р ИСО 9000-2008 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь», введен 10 сентября 2009 г.
11. ГОСТ 30335-95/ ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения», введен 1 июля 1994 г.
12. Постановление Правительства Российской Федерации от 6 апреля 2013 г. №344 «О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации по вопросам предоставления коммунальных услуг».
13. Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных».
14. ПП РФ №1119 от 01 ноября 2012 г. «Об утверждении требований к защите персональных данных при их обработке в информационных системах персональных данных».