

**Акционерное общество «Газпром энергосбыт Тюмень»
(АО «Газпром энергосбыт Тюмень»)**

УТВЕРЖДЕН

приказом генерального директора

АО «Газпром энергосбыт Тюмень»

« 28 » сентября 2026 г. № 24

**Стандарт № СТ-2-26
качества обслуживания потребителей электрической энергии и
иных коммунальных услуг
АО «Газпром энергосбыт Тюмень»**

СВЕДЕНИЯ О СТАНДАРТЕ

1. Впервые утвержден и введен в действие решением совета Директоров ОАО «Тюменская энергосбытовая компания» от 14 декабря 2007 г. (протокол заседания № 15/07).
2. Доводится до сведения потребителей и других заинтересованных сторон путем публикации на официальном сайте АО «Газпром энергосбыт Тюмень» в сети «Интернет» по адресу: <https://gesbt.ru/>.

Оглавление

Оглавление	3
I. Общие положения	5
Область применения	5
Нормативные ссылки	5
Термины, применяемые в Стандарте	5
Цели и задачи.....	6
Ответственность	7
Порядок утверждения и внесения изменений в Стандарт	7
II. Требования к процессам взаимодействия с клиентами	8
Ценности и принципы взаимодействия с клиентами	8
Принципы обеспечения качества обслуживания клиентов	9
III. Организация системы очного обслуживания	11
Требования к персоналу при организации очного клиентского обслуживания	11
IV. Организация системы заочного обслуживания.....	20
Инфраструктура заочного обслуживания.....	20
Заочное обслуживание по телефону Контактного центра	20
Заочное обслуживание клиентов посредством сервиса «Голосовой помощник»	22
Заочное обслуживание клиентов посредством смс-сообщений.....	22
Заочное обслуживание клиентов посредством почтовой переписки.....	22
Заочное обслуживание клиентов посредством корпоративной электронной почты	23
Заочное обслуживание клиентов посредством ведения телефонных переговоров с потребителями – юридическими лицами.....	23
V. Организация системы интерактивного обслуживания	25
Общие требования к интерактивным сервисам клиентского обслуживания.....	25
Официальный сайт Компании (www.gesbt.ru)	26
Сервисы «Личный кабинет клиента» и «Мобильное приложение».....	27
Терминалы дистанционного обслуживания потребителей – физических лиц	29
Социальные сети	29
Обращение через портал Госуслуги.....	29
Чат-боты Компании в мессенджерах	29
VI. Информационное взаимодействие с клиентами	30

VII. Мониторинг качества обслуживания клиентов	33
Мониторинг удовлетворенности клиентов.....	33
Приложения	34

I. Общие положения

Область применения

1. Настоящий Стандарт качества обслуживания потребителей электрической энергии и иных коммунальных услуг АО «Газпром энергосбыт Тюмень» (далее по тексту – Стандарт), обладающего статусом гарантирующего поставщика, является внутренним нормативным документом, устанавливающим базовые требования к взаимодействию гарантирующего поставщика с потребителем в рамках реализации услуг, включая правила и характеристики очного, заочного и интерактивного обслуживания потребителей, реагирование на обращение клиентов, обеспечение обратной связи и оценку степени удовлетворенности качеством обслуживания гарантирующим поставщиком.
2. Действие настоящего Стандарта распространяется также на взаимоотношения с любым лицом, имеющим намерение заключить договор энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)).
3. Стандарт разработан в целях повышения качества обслуживания клиентов АО «Газпром энергосбыт Тюмень» (далее – Компания, Общество). Применение положений Стандарта при обслуживании клиентов является обязательным.
4. В целях обеспечения исполнения требований настоящего Стандарта, действия персонала регламентируются действующим законодательством и внутренними локальными актами Компании. Общие вопросы организации управления взаимодействия с клиентами определяются в соответствии с внутренними локальными нормативными актами Компании.

Нормативные ссылки

5. Настоящий Стандарт разработан на основе требований, установленных действующим законодательством Российской Федерации в области электроэнергетики, в том числе:
 - а) Постановления Правительства РФ от 04 мая 2012 г. №442 «О функционировании розничных рынков электрической энергии, полном и (или) частичном ограничении режима потребления электрической энергии» (вместе с «Основными положениями функционирования розничных рынков электрической энергии», «Правилами полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии»);
 - б) Постановления Правительства РФ от 06 мая 2011 г. №354 «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов»;
 - в) Национального стандарта РФ ГОСТ Р 53368-2009 «Обслуживание потребителей электрической и тепловой энергии»;
 - г) ГОСТ Р ИСО 9001-2015 «Системы менеджмента качества. Требования».

Термины, применяемые в Стандарте

6. Сокращения и термины, применяемые в настоящем Стандарте, приведены в Глоссарии внутренней документации АО «Газпром энергосбыт Тюмень», а также в приложении 1 к настоящему Стандарту.

Цели и задачи

7. Целями настоящего Стандарта являются установление норм и правил взаимодействия гарантирующего поставщика с клиентами, единых требований к качеству очного обслуживания, заочного и интерактивного обслуживания, оптимизация и формализация процедур взаимодействия гарантирующего поставщика и клиента. Достижение данной цели основано на реализации клиентоориентированного подхода.

8. Основная цель клиентоориентированного подхода - формирование лояльности клиентов к Компании за счет качественного обслуживания и удовлетворения запросов потребителей услуг в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

9. Достижение высоких стандартов качества обслуживания клиентов происходит за счет решения следующих задач:

- а) установления норм и правил организации взаимодействия Компании с клиентами, их внедрение и контроль исполнения;
- б) мониторинга удовлетворенности качеством обслуживания клиентов;
- с) постоянного совершенствования норм и правил взаимодействия Компании с клиентами.

10. Решение задач повышения качества обслуживания клиентов направлено:

- а) на создание комфортных условий обслуживания и доброжелательного отношения к клиентам;
- б) на оптимизацию временных и материальных затрат клиентов при взаимодействии с Компанией посредством сокращения времени обслуживания и упрощения процедур взаимодействия клиентов и Компании;
- с) на увеличение номенклатуры и повышение качества востребованных клиентами сервисов и услуг;
- д) на оперативное реагирование на обращения клиентов.

11. Для обеспечения выполнения задач повышения качества обслуживания клиентов Стандарт устанавливает требования в рамках трех форм клиентского обслуживания (очного, заочного и интерактивного) к следующим подпроцессам (процедурам) взаимодействия Компании с клиентами:

- а) анализ рынка:
 - взаимодействие с клиентами и анализ потребностей клиентов, как заявленных, так и ожидаемых, посредством маркетинговых исследований и централизованной обработки обращений клиентов, а также оценки степени удовлетворенности качеством обслуживания;
- б) продажа электроэнергии (услуг, товаров) клиентам:
 - организация работ по заключению/расторжению и исполнению договоров энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии), а также иных договоров с клиентами;
- с) сервисное обслуживание:
 - обеспечение «обратной связи» с клиентами посредством обработки и принятия решений на поступающие обращения;
 - обеспечение информационной доступности и информированности клиентов о деятельности Компании.

12. Следование нормам настоящего Стандарта направлено:

- а) на привлечение новых клиентов;
- б) на сохранение существующей клиентской базы;
- с) на формирование и поддержание положительного имиджа Компании.

Ответственность

13. Стандарт является обязательным для исполнения сотрудниками всех структурных подразделений Компании, в том числе руководством Компании (генеральным директором, заместителями генерального директора, начальниками структурных подразделений).

14. На уровне исполнительной дирекции Компании ответственность за организацию очного, заочного и интерактивного обслуживания клиентов физических и юридических лиц в соответствии с настоящим Стандартом, а также иными внутренними нормативными документами Компании, возлагается на заместителя генерального директора, ответственного за оказание услуг по основному виду деятельности Общества – продажа электроэнергии (мощности) в зоне деятельности гарантирующего поставщика электроэнергии (мощности).

15. На уровне исполнительной дирекции Компании ответственность за организацию обслуживания клиентов по неосновным видам деятельности в соответствии с настоящим Стандартом, а также иными внутренними нормативными документами Компании, возлагается на заместителя генерального директора, ответственного за развитие соответствующего вида деятельности.

16. В Компании с целью материально-технического обеспечения, в том числе ИТ-обеспечения, создано структурное подразделение, руководитель которого несет ответственность за организацию и обеспечение деятельности по данному направлению.

17. Непосредственные функции по взаимодействию с клиентами осуществляются на уровне отделений филиала и участков, руководители которых несут ответственность за исполнение требований в соответствии с настоящим Стандартом и внутренними организационно-распорядительными документами Компании. Каждое отделение филиала взаимодействует с исполнительной дирекцией, в рамках своей компетенции вносит предложения по улучшению процесса взаимодействия с клиентами и участвует в реализации соответствующего плана мероприятий по повышению качества оказываемых услуг.

18. С целью проведения мониторинга выполнения бизнес-процессов в соответствии с требованиями Стандарта, своевременного внесения изменений в Стандарт в Компании создано структурное подразделение, руководитель которого несет ответственность за организацию деятельности по обеспечению клиентской поддержки в Компании.

19. При неисполнении требований Стандарта и приложений к нему сотрудники Компании привлекаются к дисциплинарной ответственности в установленном порядке.

Порядок утверждения и внесения изменений в Стандарт

20. Стандарт утверждается генеральным директором АО «Газпром энергосбыт Тюмень», вступает в силу с даты утверждения приказом и действует до утверждения новой редакции.

21. Изменения и дополнения в Стандарт утверждаются приказом генерального директора АО «Газпром энергосбыт Тюмень» и вступают в силу с даты утверждения приказом.

II. Требования к процессам взаимодействия с клиентами

Ценности и принципы взаимодействия с клиентами

22. Каждый сотрудник Компании в своей деятельности должен руководствоваться знанием того, что главная ценность Компании – клиент.

23. Проявление внимания к каждому клиенту – основа клиентоориентированной политики Компании.

24. Общая направленность развития Компании заключается в улучшении качества обслуживания клиентов, как физических, так и юридических лиц, через развитие инфраструктуры очного, заочного и интерактивного обслуживания, в том числе клиентских сервисов, а также повышение качества обслуживания клиентов при предоставлении услуг, где услуга по расчету объемов и стоимости электроэнергии (мощности) является основополагающей, но ее реализация дополняется рядом неосновных видов деятельности, в том числе в сфере энергоэффективности и энергосбережения и оказания услуг расчетно-кассового обслуживания.

25. Ценности и принципы взаимодействия Компании с клиентами определяются исходя из миссии Компании, отраженной в Политике в области качества.

26. Основными принципами взаимодействия Компании с клиентами являются качество обслуживания и его доступность, под которыми понимаются:

- a) территориальная доступность - клиентам предоставляется качественное обслуживание и оперативное рассмотрение обращений, независимо от удаленности места проживания, при наличии технической возможности;
- b) организационная доступность - правила пользования услугами гарантирующего поставщика должны быть прозрачны и исполнимы;
- c) информационная доступность - полная и достоверная информация обо всех процедурах взаимодействия с Компанией носит публичный характер и предоставляется в доступной форме. Клиенты информируются:
 - о порядке заключения договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности), договора предоставления коммунальной услуги по электроснабжению;
 - о порядке и способах оплаты;
 - о порядке расчета стоимости электрической энергии (мощности) и услуг;
 - о порядке формирования и размере тарифов (нерегулируемых цен) на электрическую энергию (мощность);
 - об иных процессах, осуществляемых между Компанией и клиентом.

27. Обслуживание клиентов также основано на следующих принципах, отражающих общую направленность развития инфраструктуры очного, заочного и интерактивного обслуживания:

- a) **Простота и надежность.** Простота – открытость и максимально доступное упрощение процедур взаимодействия Компании с клиентом. Надежность – технологичное и бесперебойное оказание услуг, обеспечивающее гарантированное Компанией качество обслуживания.
- b) **Объективность.** Клиентам обеспечивается объективное и непредвзятое рассмотрение обращений в установленные сроки, исходя из принципа добросовестности и разумности клиента. При рассмотрении обращений граждан, а также индивидуальных

предпринимателей учитывается, что клиент не является профессиональным участником рынков электрической энергии (мощности).

- с) **Постоянное улучшение.** Компания на постоянной основе проводит мониторинг качества обслуживания клиентов с целью внесения соответствующих изменений в процессы (процедуры) обслуживания в ответ на потребности и ожидания клиентов.
- d) **Единообразие требований** к качеству предоставления услуг для всех структурных подразделений Компании, соблюдение установленных сроков по всем процедурам взаимодействия.
- e) **Минимизация времени клиента**, затраченного на получение услуги, в том числе посредством снижения количества очных контактов клиентов и Компании за счет их интерактивного предоставления посредством корпоративного сайта Компании, и сервисов «Личный кабинет клиента», «Мобильное приложение» и терминалов дистанционного обслуживания потребителей – физических лиц.
- f) **Оперативность реагирования** на обращения и устранения выявленных недостатков в работе с клиентами.
- g) **Полнота, актуальность и достоверность** предоставляемой информации.
- h) **Многоканальность** предоставления информации.
- i) **Обратная связь** - Компания уведомляет о результатах рассмотрения обращения клиента.
- j) **Одно окно** - за одно обращение клиент может задать несколько интересующих его вопросов и получить на каждый из них ответ по существу, а если решение вопроса требует дополнительного изучения документов, должна быть предоставлена информация о сроках и форме предоставления ответов, при этом гарантирующий поставщик вправе отказать клиенту в рассмотрении вопроса по существу в случае, если он не относится к сфере деятельности гарантирующего поставщика.
- k) **Вежливое и уважительное отношение к клиентам** (при этом Компания вправе отказать клиенту в рассмотрении обращения по существу в случае, если в обращении клиента содержатся нецензурные либо оскорбительные выражения, угрозы в адрес Компании, имуществу, жизни и (или) здоровью работников Компании).
- l) **Защита персональных данных** - обработка персональных данных клиентов осуществляется в соответствии с Федеральным законом «О персональных данных». Работники гарантирующего поставщика обязуются соблюдать конфиденциальность персональных данных клиентов и обеспечить безопасность персональных данных при их обработке. Передача документов и информации, полученных от клиентов, третьим лицам допускается только в предусмотренных законом случаях.

28. С целью обеспечения реализации права инвалидов и других социально уязвимых групп населения их обслуживание, включая прием документов, организовано в доступной для клиентов форме. Компания самостоятельно определяет порядок реализации требований доступности обслуживания для инвалидов, а также способы обеспечения доступности.

Принципы обеспечения качества обслуживания клиентов

29. Обслуживание клиентов организуется таким образом, чтобы обеспечить оптимальный баланс стоимости и качества обслуживания, основанного на анализе требований клиентов.

30. Компания предоставляет клиентам возможность свободного выбора любого из трех типов каналов информационного взаимодействия (очного, заочного и интерактивного) в зависимости от индивидуальных, технических возможностей и предпочтений клиента.

31. Система обслуживания клиентов Компании обеспечивается посредством:

- a) центров обслуживания клиентов отделений филиала;
- b) квалифицированных специалистов, ответственных за взаимодействие с клиентами и организацию их обслуживания;
- c) компьютерного оборудования и программного обеспечения для регистрации, обработки обращений клиентов и формирования отчетов;
- d) формализованных бизнес-процессов взаимодействия гарантирующего поставщика с клиентами;
- e) единого контактного центра;
- f) официального сайта Компании (www.gesbt.ru), сервисов «Личный кабинет клиента» или «Мобильное приложение», электронной почты (как по вопросам основного, так и неосновных видов деятельности Компании) и терминалов дистанционного обслуживания.

32. Исполнительная дирекция Компании осуществляет сбор и обработку информации по работе с клиентами из отделений филиала, Контактного центра, через официальный сайт в сети Интернет, по электронной почте, через сервисы «Личный кабинет клиента» и «Мобильное приложение» для формирования сводных статистических отчетов, а также осуществляет методическое руководство деятельностью отделений филиала.

33. Обслуживание клиентов осуществляется в том числе с соблюдением следующих требований:

- a) опубликование (размещение) форм договоров энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности) на официальном сайте Компании и в центрах обслуживания клиентов;
- b) обеспечение приема показаний приборов учета от клиентов способами, допускающими возможность удаленной передачи показаний приборов учета, - посредством телефона, информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), сервисов «Личный кабинет клиента» или «Мобильное приложение», терминалов дистанционного обслуживания потребителей – физических лиц;
- c) обеспечение выставления клиенту счетов на оплату электрической энергии и иных коммунальных услуг способами, допускающими возможность их удаленной передачи, - посредством почтовой связи, сервисов «Личный кабинет клиента» или «Мобильное приложение», сети «Интернет»;
- d) обеспечение клиенту возможности внесения платы по договору энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности) различными способами, в том числе непосредственно гарантирующему поставщику без оплаты комиссии;
- e) организация приема обращений клиентов по вопросам прекращения поставки электрической энергии, а также оповещения клиентов о причинах прекращения поставки электрической энергии;
- f) обеспечение приема обращений клиентов по вопросам организации коммерческого учета электрической энергии.

34. На Контактный центр возложены функции обслуживания обращений клиентов по телефону:

- a) прием показаний приборов учета электрической энергии (иных коммунальных ресурсов);
- b) консультирование клиентов, предоставление справочных данных.

35. На Исполнительную дирекцию Компании возложены функции организации интерактивного обслуживания клиентов (официальный сайт, сервисы «Личный кабинет клиента» и «Мобильное приложение», терминалы дистанционного обслуживания потребителей, социальные сети «ВКонтакте», «Одноклассники», портал Госуслуги (раздел «Обращения через Госуслуги»), сервис «Чат-бот АО «Газпром энергосбыт Тюмень» в мессенджерах), функции обеспечения обратной связи с клиентами, а также функции по развитию сервисов и постоянное улучшение бизнес-процессов обслуживания потребителей:

- а) методологическая поддержка деятельности отделений филиала;
- б) ведение официального сайта Компании;
- в) оценка степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания и предоставляемых услуг;
- г) сбор и предоставление руководству Компании отчетов по взаимодействию с потребителями и предложений по улучшению качества обслуживания;
- д) информационная и методологическая поддержка Контактного центра.

36. Для организации взаимодействия с клиентами Исполнительная дирекция и отделения филиала Компании используют единое корпоративное программное обеспечение (для работы с юридическими и физическими лицами) с возможностью доступа к единой информационной базе.

37. В Компании на регулярной основе проводится внутренний аудит выполнения требований локальных (внутренних) нормативных актов, в том числе настоящего Стандарта.

III. Организация системы очного обслуживания

Требования к персоналу при организации очного клиентского обслуживания

Общие положения

38. Очное обслуживание клиентов в Компании осуществляется в центрах обслуживания клиентов. Перечень центров обслуживания клиентов, адреса, часы работы, контактные телефоны и адреса электронной почты указываются на официальном сайте Компании.

39. Прием клиентов организуется в каждом отделении филиала.

40. В центрах обслуживания клиентов обслуживаются как физические, так и юридические лица – клиенты Компании.

41. Центры обслуживания клиентов выполняют следующие функции:

- а) организация обслуживания клиентов с учетом положений законодательства Российской Федерации об электроэнергетике, настоящего стандарта, договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности) и договора предоставления коммунальной услуги по электроснабжению;
- б) организация предоставления информации, очного консультирования клиентов, а также видео консультирование клиентов, обратившихся в Компанию посредством терминала дистанционного обслуживания по всем вопросам, связанным с деятельностью Компании и заказчиков услуг расчетно-кассового обслуживания, предоставление типовых форм документов клиенту;
- в) обеспечение приема платежей от клиентов, за исключением случаев отсутствия возможности обеспечить работу платежных сервисов из-за отсутствия устойчивых каналов связи по причинам, не зависящим от Компании;

- d) прием заявлений и заявок на заключение договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности) или договора предоставления коммунальной услуги по электроснабжению (и/или другого вида услуг), а также иных документов от клиента, проверка перечня документов, проверка полноты сведений в заявке, анализ документов на соответствие требованиям к документам, установленным нормативными правовыми актами;
- e) выдача клиентам документов, связанных с реализацией договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности) или договора предоставления коммунальной услуги по электроснабжению (и/или другого вида услуг);
- f) прием обращений, связанных с деятельностью Компании, заказчиков услуг расчетно-кассового обслуживания или в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации, сетевой организации.

42. К помещению центра обслуживания клиентов для очного обслуживания обеспечивается беспрепятственный доступ посетителей, в том числе граждан с ограниченными возможностями, в рамках требований законодательства Российской Федерации.

43. Информационные указатели, оформленные в едином корпоративном стиле, размещаются у центрального входа в помещение центра обслуживания клиентов:

- a) вывеска с названием;
- b) табличка с информацией о режиме работы.

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

44. Очное обслуживание клиентов производится в часы работы соответствующего центра обслуживания клиентов Компании. Часы работы центра обслуживания клиентов публикуются на официальном сайте Компании, а также указываются на информационных указателях на входе в помещение центра обслуживания клиентов. Часы работы центров обслуживания клиентов могут различаться в отношении клиентов - физических лиц и юридических лиц. Для организации кассового обслуживания и работы центра обслуживания клиентов могут быть установлены отдельные часы работы. Режим и порядок работы центров обслуживания клиентов устанавливаются Компанией.

45. Специалисты Компании, ответственные за обслуживание клиентов, выполняют свои обязанности в соответствии с должностными инструкциями.

Подготовка к работе и требования к содержанию рабочего места

46. Персоналу центра обслуживания клиентов рекомендуется приходить на рабочее место за 15 минут до начала обслуживания потребителей и заняться подготовкой к работе. Подготовка к работе включает в себя: запуск компьютера и программного обеспечения, необходимого для обслуживания потребителей; ознакомление с изменениями в регламентационно-пользовательскую документацию/в информацию Базы знаний, используемой для консультирования и подготовки ответов на поступающие обращения потребителей, а также ознакомление с иными локальными нормативными актами Компании, непосредственно связанными с выполнением трудовой деятельности персонала центра обслуживания клиентов. К началу времени приема потребителей, установленного режимом работы центра обслуживания клиентов, специалист обязан находиться на своем рабочем месте.

47. Обслуживание клиентов завершается моментом обслуживания последнего потребителя, занявшего очередь до фактического окончания режима работы центра обслуживания клиентов. Уход с рабочего места осуществляется только после окончания времени установленного режима работы.

48. В период графика режима работы персонала центра обслуживания клиентов и при отсутствии клиентов для очного обслуживания, персоналу центра обслуживания клиентов рекомендуется изучать регламентационно-пользовательскую документацию, предназначенную для структурного подразделения, выполняющего функции по обслуживанию клиентов, информацию Базы знаний, а также иные локальные нормативные акты Компании.

Требования к содержанию рабочего места

49. Каждый специалист поддерживает чистоту и порядок на своем рабочем месте и следит за порядком в помещении центра обслуживания клиентов центра обслуживания клиентов.

50. На рабочем столе специалиста, ведущего прием клиентов, должна располагаться подставка, выполненная в фирменном стиле с указанием должности, фамилии, имени и отчества.

51. Запрещается на рабочем месте:

- а) размещать рекламную продукцию сторонних организаций; художественную литературу, журналы, газеты, не имеющие прямого отношения к служебной деятельности, за исключением случаев заключения Компанией договора на оказание возмездных рекламных услуг;
- б) держать личные вещи (одежду, обувь, посуду, сувениры, сумки, барсетки, фоторамки, картинки, косметические принадлежности и пр.), настенные календари, плакаты сторонних организаций;
- в) принимать пищу, в том числе напитки (чай, кофе), за исключением воды; использовать жевательную резинку;
- г) хранить на поверхности рабочего стола документы, а также их копии, в которых указаны персональные данные потребителей (копии договора энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии), паспорта, свидетельства о праве собственности на недвижимое имущество и иных документов). С целью недопущения раскрытия конфиденциальной информации, должны храниться в лотках для документов, расположенных на рабочем столе сотрудника, в зоне отсутствия прямой видимости посетителями данных документов.

Требования к использованию личного мобильного телефона

52. Личный телефон персонала центра обслуживания клиентов в течение рабочего дня должен храниться вне зоны видимости для клиента (шкафчике, выдвижном ящике стола и др.).

53. Звуковой сигнал входящего вызова должен быть выставлен на вибровозвон, чтобы не отвлекать специалиста от работы.

54. Персоналу центра обслуживания клиентов запрещено:

- а) прерывать работу с клиентом, чтобы ответить на личный телефонный звонок;
- б) разговаривать по личному телефону в клиентском зале;
- в) говорить по рабочему телефону громким голосом;
- г) вести в рабочее время продолжительные телефонные разговоры (более 5 минут за 1 звонок) на личные темы;
- д) часто (более 2 раз в час) звонить и принимать звонки по личному мобильному телефону;
- е) направлять смс и выходить в интернет через личный мобильный телефон, находясь на рабочем месте;
- ж) играть в игры и слушать музыку на мобильном телефоне на рабочем месте, а также вести фото и видеосъемку.

Требования к внешнему виду персонала центра обслуживания клиентов и сотрудников

55. Внешний вид персонала центра обслуживания клиентов должен быть аккуратным и опрятным:

- а) макияж – неброский, аккуратный; следует использовать естественные натуральные цвета.
- б) прическа – волосы чистые, расчесанные и аккуратно уложенные в прическу, имеющую естественный вид; можно использовать декоративную заколку.
- с) маникюр – руки чистые, ухоженные; для женщин - маникюр неброский, эстетически красивый, длина ногтей средняя, ногти обязательно покрываются лаком светлого или нейтрального тона; для мужчин – коротко подстриженные ногти.
- д) парфюм - запах тонкий, приятный; вся остальная используемая косметика должна быть без запахов.
- е) очки выбирать с оправой классической формы со светлыми линзами.
- ф) обязаны следить за свежестью своего дыхания, при необходимости использовать средства личной гигиены для полости рта.
- г) для мужчин – гладко выбритое лицо, допускаются борода и усы, имеющие опрятный и ухоженный вид.

56. Специалист центра обслуживания клиентов, в том числе кассир, на работе должен переобуваться в сменную обувь. Обувь должна быть аккуратной, чистой, удобной, с закрытым носом без ярких украшений и подходить по цвету под форменную одежду. Колготки и чулки (для женщин) рекомендуется носить телесного цвета без узоров.

57. Специалист центра обслуживания клиентов, в том числе кассир, обязан находиться в форменной одежде (в случае принятия решения об использовании в Компании форменной одежды). Форменная одежда должна быть надлежащего вида: чистой, аккуратной, выглаженной. Формат форменной одежды, а также правила по ее ношению и уходу устанавливаются отдельным внутренним документом Компании.

58. Специалист центра обслуживания клиентов может использовать украшения. Украшения должны подбираться к форменной одежде. В выборе украшений недопустимо использовать разные стили и металлы одновременно. Рекомендуется носить не более двух – трех колец, одни серьги и одно шейное украшение. Часы должны быть простой, элегантной формы. Пирсинг не должен привлекать к себе внимания.

59. Обязательно ношение специалистом центра обслуживания клиентов «бейджа», видимого потребителям. Бейдж должен быть оформлен в корпоративном стиле с указанием структурного подразделения и занимаемой должности, фамилии, имени и отчества лица, ведущего прием клиентов. Макет бейджа устанавливается отдельным внутренним документом Компании.

60. Внешний вид сотрудников центра обслуживания клиентов Компании должен соответствовать требованиям отдельного внутреннего регламентирующего документа Компании.

61. Специалисту центра обслуживания клиентов запрещается:

- а) находиться на рабочем месте в одежде не соответствующей форменному стилю Компании (за исключением периода адаптации работника в организации);
- б) носить большое количество бижутерии разных стилей и металлов одновременно;
- с) иметь ярко покрашенные ногти, яркий макияж;
- д) использовать сладкие и резкие запахи духов и дезодорантов;
- е) находиться в сланцах, шлепках, сандалиях, тапочках, сапогах;

- f) находится в платках, косынках, головных уборах;
- g) при окрашивании волос использовать слишком яркие тона.

Правила обслуживания клиентов при предоставлении основных и неосновных видов деятельности Компании

62. Общение с клиентом является важным элементом корпоративной культуры Компании. Специалист центра обслуживания клиентов является лицом Компании, от него зависит восприятие Компании клиентом.

63. Принимая клиента, специалист обязан:

- a) встречать клиента с доброжелательной улыбкой;
- b) демонстрировать доброжелательное отношение к клиенту: корпус сотрудника развернут в сторону клиента, взгляд направлен клиенту в глаза, тон обращения к клиенту вежливый, располагающий;
- c) поприветствовать клиента, используя фразы «Здравствуйте», «Доброе утро (день, вечер)»;
- d) в вежливой форме узнать имя и отчество клиента, уточнить, как к клиенту будет удобнее обращаться: - «Как я могу к вам обращаться?»;
- e) обращаться к нему во время разговора только на «Вы» по имени и отчеству, например, «Рады видеть Вас!»;
- f) предложить ему присесть при наличии свободных посадочных мест: «Присаживайтесь, пожалуйста»;
- g) поблагодарить клиента за ожидание в очереди, если ему пришлось ждать: «Спасибо за ожидание»;
- h) вежливо начать диалог: «Буду рад (а) ответить на ваши вопросы», «Я вас внимательно слушаю», «Какую консультацию Вы хотели бы получить?»;
- i) внимательно выслушать клиента, быть максимально вежливым и корректным;
- j) отвечать на вопросы клиента вежливо и доброжелательно, четко и доходчиво излагая суть, избегать сленга, слов-паразитов, уменьшительных форм слов (например, «ладненько» и пр.);
- k) отвечая на вопросы клиента, избегать использования в своей речи профессиональных терминов, понимая, что клиент не является специалистом в области сбыта электроэнергии и др.;
- l) задавать клиенту уточняющие вопросы: «Уточните, пожалуйста,», «Что (конкретно/именно) Вас интересует?», «Правильно ли я Вас понял (а)...», «О каких услугах (продуктах) Вы бы хотели узнать подробнее?» и др.;
- m) внимательно выслушивать клиента: не перебивать, поддерживать зрительный контакт с легкой доброжелательной полуулыбкой, кивать головой в знак одобрения слов клиента, произносить звуки одобрения, концовки фраз клиента или в форме слов «замечательно», «хорошо», «да», «разумеется».
- n) выполнить необходимую для решения вопроса работу, вежливо попросив клиента подождать, или четко, грамотно и доступно объяснить способ решения вопроса;
- o) убедиться, что клиент понял предоставленную информацию, особенно если он будет заполнять анкету или заявление самостоятельно: «Вам понятно, как заполнить анкету?», «Вам понятны все пункты заявления?», «Понятно ли вам, какие документы необходимо

предоставить?», «Если будет какой-то не понятный пункт – пропустите, потом вместе заполним»,

- p) предлагать клиенту для ознакомления рекламную и презентационную информации, прейскуранты и пакеты наиболее востребованных услуг (товаров) услуг, информировать клиента о возможности возмездного предоставления ему услуги (товара);
- q) при проведении презентации услуги (товара) говорить неторопливо, озвучивая название и свойства презентуемого продукта, а также его выгоду для клиента: «Это позволит вам...», «Вот такие преимущества Вы получаете, начав пользоваться нашей услугой», «Это для Вас означает...» и др.;
- r) при обращении клиента с вопросом или просьбой, который не входит в сферу компетенции сотрудника, ведущего прием клиентов, обязательно объяснить, к кому необходимо обратиться, по возможности проводить клиента к нужному специалисту. Перед тем как передать клиента нужному специалисту, познакомить их, а также озвучить причину обращения клиента: «_____, разрешите Вас познакомить со специалистом _____, он (а) поможет решить Ваш вопрос»;
- s) при невозможности решить вопрос на месте перенести срок его решения, при необходимости запросить недостающие сведения. Отказ в решении вопроса клиента должен быть аргументирован и предложены действия для решения вопроса;
- t) при выявлении ошибок, допущенных со стороны Компании или подрядных организаций, необходимо принести клиенту извинения за причиненные неудобства;
- u) при завершении общения поблагодарить клиента за визит, оставив положительное впечатление от посещения клиентского офиса и от общения со специалистами: «Рады, что Вы к нам обратились!», «До свидания!», «Всего доброго!». Дополнительно могут быть сказаны позитивные фразы, если они уместны: «Хорошего дня!», «Удачного вечера!», «Приятных выходных!»;
- v) выразите надежду на дальнейшее сотрудничество, если посетитель пока не стал клиентом Компании: «Будем рады, если вы станете нашим клиентом», «Нам будет приятно увидеть вас в числе наших клиентов».

64. Персоналу центра обслуживания клиентов при общении с клиентами запрещается:

- a) в присутствии клиентов порочить репутацию Компании, подрядных организаций и других предприятий энергетической отрасли;
- b) повышать голос, допускать в разговоре неприятные для клиента интонации, проявлять торопливость, высказывать нетерпения,
- c) проявлять безразличия к проблемам клиента;
- d) высказывать клиенту претензии, допускать категоричные выражения, такие как: «Вы обязаны», «Вам предписывается», «Явиться», «Предъявить» и т.п.;
- e) использовать негативно окрашенные слова и выражения, такие как: «Нет», «Не сможем», «Не получится», «Нет возможности». Заменять их на позитивные высказывания: «Да», «Мы обязательно разберемся», «Мы сделаем все возможное»;
- f) вести постоянные разговоры с коллегами, по телефону, отлучаться с рабочего места;
- g) вести продолжительные беседы с клиентами на отвлеченные темы личного характера;
- обращаться к клиенту на «Ты»;
- свободное, развязанное поведение, флирт с клиентом;
- недоброжелательное, грубое, надменное, конфликтное поведение;

- смех, громкий разговор, использование нецензурных слов и выражений.

65. Принципы урегулирования конфликтов:

- а) недопущение возникновения конфликта является важным условием для обеспечения защиты интересов клиентов;
- б) во избежание конфликтных ситуаций специалисты по работе с клиентами обязаны:
 - стремиться действовать в интересах клиента, уметь распознать и избегать ситуаций, когда может возникнуть конфликт;
 - не допускать возникновения ситуации, при которой в конфликте начинают участвовать другие клиенты;
 - соблюдать принцип конфиденциальности.

66. При разрешении конфликтных ситуаций с клиентами действия специалистов Компании, включая принимаемые ими решения, не должны преследовать личный интерес.

67. Персонал центра обслуживания клиентов должен проявлять терпимость к фактам некорректного с ними обращения клиентов. В случае эскалации клиентом конфликта ему необходимо сообщить о недопустимости такого поведения и возможных негативных последствиях.

68. Общие правила поведения в конфликтной ситуации:

- а) Выслушайте спокойно и терпеливо все заявления и претензии клиента до конца (дайте человеку выговориться и растратить энергию):
 - поддерживайте с ним контакт «Я готов(а) Вас выслушать», «Я внимательно Вас слушаю»;
 - не перебивайте клиента;
 - не комментируйте его высказывания;
 - не улыбайтесь.
- б) Главная задача – дать клиенту возможность высказаться. Только после этого эмоциональное напряжение спадет и станет возможным разрешить ситуацию.
- в) Согласитесь с правом клиента иметь свое мнение и думать определенным образом:
 - **Держите себя в руках.** Осознавайте и контролируйте свои чувства и эмоции. Если вы начнете «заводиться», то только раззадорите клиента. Если клиент оскорбляет Вас или использует нецензурные выражения, Вам следует тактично и строго попросить его не делать этого, пояснив, что ругань не поможет вам разрешить возникшую ситуацию: «Я прошу вас успокоиться.... прекратить вести диалог в таком тоне.....говорить о причине вашего недовольства...».

В случае проявления со стороны клиента необоснованной агрессии, неадекватного поведения, нахождения его в алкогольном/наркотическом опьянении специалист Компании в вежливой, но настойчивой форме просит его удалиться. В крайнем случае, может вызвать охрану или наряд полиции.

- **Соглашайтесь с эмоциональным состоянием собеседника.** Покажите, клиенту, что Вы разделяете и понимаете его переживания: «Я с Вами согласна, это, действительно, неприятно», «Я Вас очень хорошо понимаю...», «Я, как и Вы, расстроена данной ситуацией». Клиент должен почувствовать, что вы понимаете, в каком эмоциональном состоянии он сейчас находится.

- **Извинитесь.** Если в возникшей ситуации вина Ваша, то обязательно принесите клиенту извинения, сказав следующее: «Я приношу Вам свои извинения», «Извините нас, пожалуйста». Если виноват клиент – сам что-то не так сделал или напутал, в таком случае извиняться не нужно, но следует выразить свое сочувствие и понимание следующими словами: «Я сожалею о случившемся», «Понимаю Вас, это действительно неприятная ситуация», «Я понимаю Ваши чувства, на вашем месте я бы также себя чувствовала».
- d) Убедитесь в том, что Вы поняли суть проблемы. Для того чтобы правильно понимать, на что Вам реагировать, можно задать клиенту следующие вопросы:
 - Правильно ли я поняла суть возникшей проблемы... (перескажите то, что из уст клиента прозвучало как причина конфликтной ситуации);
 - Если я правильно Вас понимаю, то Вы расстроены из-за...;
 - Правильно ли я поняла Вас? Вы желаете, чтобы мы...?
 - Давайте уточним, правильно ли мы поняли друг друга?
- e) Предложите клиенту решение проблемы. Этот шаг является важнейшим, поскольку клиент ожидает от нас действий, способных решить возникшую проблему. Разрешите ситуацию по возможности сразу.
- f) Уверенно изложите вариант решения ситуации: «Я предлагаю Вам поступить следующим образом», «Учитывая все то, что вы сказали, мы сделаем так...».
- g) Если ситуацию невозможно разрешить на данный момент: «К моему сожалению, принять решение по этому вопросу я не могу – это не в моей компетенции (такие вопросы я не решаю), я все записала и сразу же передам информацию нашему руководителю. Я уверена, мы найдем оптимальное решение вашей проблемы», «Я предлагаю Вам письменно изложить Вашу позицию...».

69. В процессе конфликтной ситуации недопустимо:

- a) обсуждать возникшую конфликтную ситуацию (с коллегами, руководителем) в присутствии клиентов;
- b) давать оценку клиенту с критической точки зрения;
- c) видеть в действиях клиента корыстные намерения;
- d) демонстрировать какое-либо свое превосходство;
- e) прямо винить клиента, снимая с себя ответственность;
- f) относиться к интересам клиента с игнорированием;
- g) видеть ситуацию только со своей позиции;
- h) разрешать себе раздражительный тон и ругань, говорить «А что Вы от меня хотите?», «Надо было раньше думать!», «Я то здесь причем?».
- i) предъявлять клиенту свои претензии.

Организация приема клиентов в центре обслуживания клиентов

70. Специалист выполняет функции в рамках своих должностных обязанностей, а именно:

- a) осуществляет прием клиентов;
- b) обеспечивает надлежащий порядок при обслуживании клиентов и способствует сокращению очередей, поддерживает на соответствующем уровне зоны ожидания для клиента (информационный стенд, раздаточные материалы и пр.);

- с) осуществляет прием показаний приборов учета, с внесением соответствующей информации в программно-технический комплекс автоматизированных учетно-расчетных систем базы данных о физических лицах;
- д) проводит сверку расчетов по суммам, поступившим в оплату за потребленную гражданином-потребителем электрическую энергию;
- е) проводит разъяснительную работу с гражданами-потребителями электрической энергии:
 - о порядке начисления за отпущенную электрическую энергию; о необходимости своевременной и полной оплаты за отпущенную электрическую энергию;
 - о причинах отключений и ограничения энергоснабжения и пр.
- ф) осуществляет прием документов, проверку их на соответствие предъявляемым требованиям по комплектности и достаточности, регистрацию и рассмотрение по вопросам:
 - заключения договора энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии);
 - расторжения договора энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии);
 - изменения договора энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии);
 - приостановления договора энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии);
 - предоставления разъяснений по начислениям;
 - перерасчета/возврата денежных средств;
 - качества обслуживания клиентов;
 - качества электрической энергии;
 - начисления сумм оплаты за потребленную электрическую энергию;
 - неисправности индивидуальных приборов учета электрической энергии и др.
- г) предоставляет консультации клиентам по вопросам энергосбытовой и неосновных видов деятельности, в том числе энергоэффективности и энергосбережения;
- h) предоставляет клиенту информационные материалы (по теме обращения и рекламного характера по дополнительным видам деятельности Компании или о реализуемых Компанией товарах/ услугах), бланки документов, перечни необходимой для предоставления документации, типовые формы документов, образцы заполнения документов и пр.;
- i) выдает клиенту копии документов, подписанные договоры энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии) и договоры на оказание услуг по неосновным видам деятельности, счета на оплату, счета-фактуры, дополнительные соглашения, справки об отсутствии задолженности и др.;
- j) фиксирует контактную информацию о клиенте, для дальнейшей связи с ним, если ответ на вопрос требует дополнительной переработки и необходимости связаться со специалистом Компании через заданный промежуток времени;
- к) осуществляет передачу документов от клиента профильным специалистам Компании по принадлежности для рассмотрения, оформления услуги, передачи исполнителю услуги;
- l) осуществляет прием заявок и оформление необходимых документов при продаже товаров/ услуг по неосновным видам деятельности Компании;

m) осуществляет прием платежей за электрическую энергию и (или) за товары / услуги по неосновным видам деятельности Компании.

71. Параметры средней продолжительности взаимодействия с клиентом при его очном обращении в центр обслуживания клиентов указаны в приложении 2 к Стандарту.

72. При приеме обращений от клиентов специалист центра обслуживания клиентов обязан соблюдать параметры средней продолжительности взаимодействия с клиентом.

IV. Организация системы заочного обслуживания

Инфраструктура заочного обслуживания

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

74. Заочное обслуживание осуществляется по следующим каналам связи:

- a) многоканальный телефон Контактного центра;
- b) сервис «Голосовой помощник» для потребителей – физических лиц;
- c) смс-сообщение для потребителей – физических лиц;
- d) почта (почтовая переписка);
- e) корпоративная электронная почта Компании и унифицированные электронные почтовые ящики отделения филиала Компании.

75. Информация о многоканальном телефонном номере и других контактных номерах телефонов, по которым клиент может обратиться в Компанию по интересующим его вопросам размещается на:

- a) официальном сайте Компании;
- b) информационных стендах, размещенных в центрах обслуживания клиентов;
- c) на платежном документе (для граждан-потребителей);
- d) буклетах, листовках и других информационно-рекламных материалах.

Заочное обслуживание по телефону Контактного центра

76. Заочное обслуживание по телефону Контактного центра включает в себя:

- a) прием вызова;
- b) регистрацию вызова;
- c) обработку входящего вызова потребителя с запросом справочной информации, консультаций;
- d) предоставление ответа потребителю по вопросам, содержащимся в интерактивном документе «Базе знаний»;
- e) прием показаний приборов учета электрической энергии;
- f) система автоматического информирования, приема показаний приборов учета без соединения с сотрудником (оператором) Контактного центра (IVR).

77. Параметры деятельности Контактного центра:

- a) автоинформирование осуществляется круглосуточно посредством IVR;

- b) телефон Контактного центра является многоканальным с интуитивно понятным голосовым меню;
 - c) номер телефона Контактного центра единый на всей территории обслуживания (Тюменской области, ХМАО-Югры и ЯНАО);
 - d) звонок является бесплатным для клиента, за исключением случаев, когда абонент находится за пределами территории внутризонального телефонного соединения (роуминг);
 - e) в начале телефонного разговора осуществляется предупреждение клиента о ведении записи разговора.
78. Контактным центром обеспечиваются следующие требования к качеству обслуживания:
- a) соблюдение сценария работы службы клиентской поддержки;
 - b) предоставление консультаций в соответствии с интерактивным документом «База знаний»;
 - c) соблюдение требований регламента внесения изменений и дополнений, вносимых в сценарий работы оператора, систему отчетов, интерактивный документ «База знаний»;
 - d) соблюдение показателей контроля качества обслуживания клиентов в соответствии с Приложением 2 к настоящему Стандарту.
79. Требования к режиму работы Контактного центра:
- a) в период с 1 по 25 число: пн.-вс. с 8:00 до 21:00;
 - b) с 26 числа до конца месяца: пн. – пт. с 08:00 до 20:00; сб.-вс. (праздники): с 08:00 до 18:00;
 - c) IVR (голосовое меню, автоматический прием показаний) – круглосуточно.
80. Требования к интерактивному голосовому меню IVR:
- a) навигация на основе тонального набора;
 - b) удобный графический конструктор сценариев IVR.
81. Требования к компьютерной сети Контактного центра:
- a) пропускная способность канала между оборудованием оператора связи и серверами телефонии исполнителя услуг Контактного центра должна быть достаточной для прохождения необходимого количества одновременных потоков закодированных заданным кодеком;
 - b) время доставки пакетов между рабочими станциями и серверами телефонии исполнителя услуг Контактного центра не должно превышать 150 мс.;
 - c) потери IP пакетов в канале между оборудованием оператора связи и серверами телефонии исполнителя услуг Контактного центра не должны превышать 0,3%;
 - d) канал связи между оборудованием оператора связи и серверами телефонии исполнителя услуг Контактного центра, должен быть реализован на основе технологии «Full Duplex»;
82. Требования к безопасности работы Контактного центра:
- a) оборудование не должно быть доступно со стороны общественных сетей (Интернет) и других сетей, которые могут представлять собой угрозу безопасности;
 - b) оборудование должно быть открыто для IP-адресов оператора связи по портам TCP и UDP с целью получения услуг VoIP;

- с) централизованная запись разговоров (полный архив всех разговоров, экспорт записей разговора).

83. Параметры средней продолжительности взаимодействия с клиентом при его обращении в Контактный центр Компании указаны в приложении 2 к Стандарту

Заочное обслуживание клиентов посредством сервиса «Голосовой помощник»

84. Основной функцией сервиса для физических лиц является передача показаний приборов учета электрической энергии в формате, предусмотренном сервисом. Информация о сервисе «Голосовой помощник» с инструкцией по передаче показаний приборов учета размещается на официальном сайте Компании.

Заочное обслуживание клиентов посредством смс-сообщений

85. Основной функцией сервиса для физических лиц является передача показаний приборов учета электрической энергии в формате, предусмотренном сервисом. Информация о порядке передачи показаний приборов учета электрической энергии посредством смс-сообщений размещается на официальном сайте Компании. Потребители – физические лица могут передавать данные приборов учета электрической энергии круглосуточно в период с 1 по 25 число месяца.

Заочное обслуживание клиентов посредством почтовой переписки

86. Почтовая переписка может использоваться для направления документации, связанной с обслуживанием в соответствии с условиями договора, либо по запросу клиента в случае, когда он в обращении просит направить ответ или документы почтовым отправлением.

87. Письменное обращение может быть направлено клиентом по адресу любого структурного подразделения Компании в зависимости от местонахождения клиента.

88. Все письменные обращения от клиентов регистрируются.

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

90. Письменное обращение клиента не рассматривается, и ответ на обращение не предоставляется в случаях:

- а) если письменное обращение содержит нецензурные либо оскорбительные выражения, угрозы жизни, здоровью и имуществу сотрудника Компании, а также членов его семьи;
- б) если текст письменного обращения не поддается прочтению;
- с) если в письменном обращении клиента содержится вопрос, на который ему уже был предоставлен ответ по существу в связи с ранее направляемыми обращениями, и при этом в обращении не приводятся новые доводы или обстоятельства;
- д) если в обращении отсутствуют контактные данные.

Заочное обслуживание клиентов посредством корпоративной электронной почты

91. Корпоративная электронная почта Компании gesbt@energosalles.ru и унифицированные электронные почтовые ящики отделений филиала Компании используются для направления обращений потребителями в адрес Компании и для направления ответов на обращения в адрес потребителей.

92. Информация об адресе корпоративной электронной почты и унифицированных электронных почтовых ящиков отделений филиала Компании, на которые клиент может направить обращение в Компанию по интересующим его вопросам размещается на:

- а) официальном сайте Компании;
- б) информационных стендах, размещенных в центрах обслуживания клиентов;
- в) на платежном документе (для граждан-потребителей);
- г) буклетах, листовках и других информационно-рекламных материалах.

93. Параметры средней продолжительности взаимодействия с клиентом при письменных обращениях в Компанию указаны в приложении 2 к Стандарту.

Заочное обслуживание клиентов посредством ведения телефонных переговоров с потребителями – юридическими лицами

Общие требования к ведению телефонных переговоров

94. Телефонные переговоры являются важным элементом корпоративной культуры Компании. Специалист, отвечающий на телефонный вызов или совершающий звонки, формирует соответствующий имидж Компании у реальных и потенциальных клиентов и партнеров, чем содействует успеху Компании. Данный специалист обязан соблюдать правила этикета, уважительно относиться к клиенту и сохранять самообладание в любой ситуации.

95. В процессе общения следует обращаться к клиенту по имени и отчеству и на «Вы».

96. Из-за особенностей телефонной связи специалисту необходимо четко выговаривать слова, чтобы клиент хорошо их слышал и понимал. Телефонные переговоры должны вестись громким четким голосом, речь должна быть внятной, доброжелательной.

97. Специалисту следует следить за скоростью своей речи, так как слишком быстрая или слишком медленная речь затрудняют общение.

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

99. 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 чем идет речь. Категорически запрещается употребление слов-паразитов, просторечных или грубых выражений.

100. Специалист должен быть лаконичен, четок в изложении информации, не допускать продолжительных пауз. Телефонный разговор должен быть содержательным, но кратким.

101. При взаимодействии с клиентом специалист не должен предоставлять заведомо ложную информацию либо дезориентировать клиента иными способами.

102. Если у специалиста нет полной уверенности в точности передаваемых клиенту сведений, ему необходимо перепроверить информацию или предложить альтернативный канал ее получения.

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

104. Специалист должен уважительно выслушать точку зрения клиента вне зависимости от того, разделяет он ее или нет. Не допускается явно навязывать свою точку зрения, игнорировать высказывания клиента.

105. Телефонный разговор следует вести таким образом, чтобы на вопросы каждого клиента были даны ответы, и у него осталось позитивное впечатление о Компании.

Правила совершения телефонного звонка

106. Перед тем, как совершить телефонный звонок, необходимо тщательно подготовиться:

- a) морально настроиться на деловую беседу;
- b) для себя чётко сформулировать цель предстоящих переговоров;
- c) спланировать ход беседы, записав все интересующие вопросы на бумаге;
- d) положить перед собой все материалы, которые могут понадобиться во время осуществления телефонных переговоров (чистые листы, ручки, необходимые документы, телефонную книжку);
- e) абстрагироваться от личных переживаний и негативных эмоций перед совершением делового телефонного звонка, ведь голос выдает недовольство или агрессию, а собеседник может принять это на свой счёт;
- f) выбрать наиболее удобное время для осуществления общения по телефону.

107. При совершении звонка необходимо:

- a) представиться и сообщить цель звонка: «Здравствуйте! Вам звонит (Имя сотрудника и должность) из Газпром энергосбыт Тюмень...». Приветствие меняется в зависимости от времени дня, это может быть «Доброе утро!», «Добрый день» или «Добрый вечер!»;
- b) в случае ответа на телефонный звонок не того человека, с кем планировалось ведение переговоров, необходимо уточнить, когда можно будет перезвонить, но ни в коем случае не вешать трубку: «Позвольте спросить у Вас...»;
- c) уточнить, может ли человек разговаривать в данную минуту: «Вы располагаете временем ...», «Вам удобно сейчас говорить ...»;
- d) логично излагать и аргументировать требования или предложения по теме переговоров;
- e) отвечать на вопросы, задаваемые собеседником, ясно и точно;
- f) записывать главные пункты переговоров на бумагу;
- g) в завершение беседы по телефону ещё раз озвучить все договорённости, к которым удалось прийти с собеседником.

108. При ведении телефонных разговоров запрещается:

- a) жевать или пить, общаясь по телефону;
- b) начинать разговор со слов: при ответе на звонок - «Слушаю!»; при совершении звонка «Куда я попал?»;
- c) использовать фразы «Вас беспокоят ...», «Вас тревожат...», «Не могли бы Вы ...». Говоря человеку, что вы его тревожите (беспокоите), у него невольно формируется нежелательное отношение к звонку;

- d) извиняться перед собеседником за то, что заняли его время, отрываете его от важных дел. В этом случае собеседник и сам подумает, что лишь потерял время;
- e) использовать громкую связь без крайней необходимости и без предупреждения и согласия собеседника: «Позвольте переключить наш разговор на громкую связь, чтобы руководитель тоже мог принять участие в беседе».

V. Организация системы интерактивного обслуживания

Общие требования к интерактивным сервисам клиентского обслуживания

109. Интерактивное обслуживание организуется на базе:

- a) официального сайта Компании www.gesbt.ru;
- b) сервисов «Личный кабинет клиента» для юридических и физических лиц и «Мобильное приложение» для физических лиц;
- c) терминалов дистанционного обслуживания для потребителей - физических лиц;
- d) социальных сетей («ВКонтакте», «Одноклассники»);
- e) портала Госуслуги (раздел «Обращения через Госуслуги»);
- f) сервиса «Чат-бот АО «Газпром энергосбыт Тюмень» в мессенджерах.

110. Интерактивное обслуживание ведется по двум направлениям:

- a) предоставление справочной информации;
- b) удовлетворение запросов на оказание/ изменение услуг.

111. Параметры средней продолжительности взаимодействия с клиентом при его обращении в Компанию посредством интерактивных сервисов обслуживания указаны в таблице 1.

112. Основные процессы интерактивного обслуживания представлены в таблице 1.

Таблица 1

Основные процессы интерактивного обслуживания потребителей

№	Процесс интерактивного обслуживания	Интерактивный сервис	Срок исполнения
1.	Прием консультационных обращений потребителей с запросом справочной информации, консультаций и разъяснений через электронные формы и предоставление ответа потребителю	Обратная связь на сайте Компании, электронная почта, Личный кабинет клиента или Мобильное приложение, социальные сети	В течение 3 дней со дня отправления обращения. В случае если ответ на обращение требует более детальной проработки, срок ответа на обращение может быть продлен, но не более чем на 10 дней
2.	Прием обращений о внесении изменений в данные лицевого счета или получении информации по лицевому счету, в том числе статистической информации, такой как: принятые к учету показания клиента; поступившие платежи за электроэнергию; начисления; используемые клиентом приборы учёта	Обратная связь на сайте Компании, электронная почта, Личный кабинет клиента или Мобильное приложение	Не более 20 дней со дня отправления обращения в зависимости от тематики обращения. В случае если ответ на обращение требует более детальной проработки, срок ответа на обращение может быть продлен, но не более чем на 30 дней

№	Процесс интерактивного обслуживания	Интерактивный сервис	Срок исполнения
3.	Формирование платежных документов	Личный кабинет клиента или Мобильное приложение	В момент совершения запроса/входа в Личный кабинет клиента или в Мобильное приложение
4.	Оплата электрической энергии и иных коммунальных услуг с использованием банковской карты	Сайт Компании, Личный кабинет клиента или Мобильное приложение	В момент совершения запроса/входа в Личный кабинет клиента или в Мобильное приложение
5.	Прием показаний приборов учета электрической энергии		с 1 по 25 число месяца
6.	Проведение опросов клиентов для оценки качества обслуживания	Официальный сайт Компании, электронная почта	до 3 месяцев

Официальный сайт Компании (www.gesbt.ru)

113. Цели создания официального сайта Компании:

- а) создание благоприятного имиджа Компании, повышение уровня лояльности клиентов;
- б) привлечение новых деловых партнеров, клиентов и как следствие – увеличение объемов продаж;
- с) обеспечение высокого уровня качества обслуживания клиентов.

114. Информационные разделы официального сайта Компании включают в себя следующую информацию, которую Компания своевременно актуализирует:

- а) документы, необходимые для заключения договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности), порядок его заключения;
- б) форма договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности), а также форма договора купли-продажи электрической энергии, произведенной на объектах микрогенерации, расположенных в зоне деятельности Компании;
- с) способы, порядок и условия внесения платежей по договору энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности), в том числе без оплаты комиссии;
- д) порядок и условия приема показаний приборов учета для расчетов за потребленную электрическую энергию и последствия вывода из строя приборов учета либо отсутствия приборов учета;
- е) порядок расчета стоимости электрической энергии, предельные уровни нерегулируемых цен и их составляющие, тарифы и льготы (при наличии);
- ф) график и порядок обслуживания клиентов в центрах обслуживания клиентов, адреса и телефоны (при наличии) центров обслуживания клиентов, категории клиентов (юридические лица, индивидуальные предприниматели и (или) физические лица), которые обслуживаются в конкретном центре обслуживания клиентов, информация о предоставленных клиентам каналах заочного обслуживания и режиме их работы;
- г) порядок подачи обращений, в том числе претензий к действиям (бездействию) Компании, связанным с исполнением договора;

- h) порядок и способы регистрации и авторизации пользователей в личном кабинете клиента (информационной системе);
- i) возможные последствия нарушения обязательств по оплате электрической энергии в виде введения полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии (ограничения или приостановления предоставления коммунальной услуги по электроснабжению);
- j) иные, наиболее часто задаваемые вопросы, возникающие у клиентов, и ответы на них.

115. Порядок и содержание разделов корпоративного сайта Компании могут быть изменены в зависимости от запросов клиентов с целью улучшения качества обслуживания.

Сервисы «Личный кабинет клиента» и «Мобильное приложение»

116. Сервис «Личный кабинет клиента», создаваемый Компанией для каждого клиента, как для юридических лиц, так и физических лиц, реализуется посредством официального сайта Компании и является удобным способом получения определенных видов услуг Компании посредством компьютеризированных устройств (персональный компьютер, смартфон, планшет) без посещения центра обслуживания клиентов.

117. Для получения доступа к «Личному кабинету клиента» при первичном входе в систему необходимо пройти регистрацию. Доступ к сервису «Личный кабинет клиента» на сайте Компании для потребителей открыт круглосуточно, в любой день недели.

118. Сервис «Мобильное приложение» является удобным способом получения физическими лицами определенных видов услуг Компании посредством мобильных устройств (смартфон, планшет) без посещения центра обслуживания клиентов. Для получения доступа к сервису «Мобильное приложение» при первичном входе в систему необходимо пройти регистрацию. Доступ к сервису «Мобильное приложение» для потребителей открыт круглосуточно, в любой день недели.

119. Основные возможности сервисов «Личный кабинет клиента» и «Мобильное приложение» для физических лиц:

- a) круглосуточный режим работы сервиса, за исключением плановых технических работ;
- b) передача показаний приборов учета коммунальных ресурсов, в формате, предусмотренном сервисом;
- c) просмотр истории показаний приборов учета и оплат;
- d) оплата за потребленную электрическую энергию и другие жилищно-коммунальные услуги с помощью платежной карты или иных сервисов безналичной оплаты;
- e) настройка автоплатежа;
- f) просмотр информации о начислениях, истории совершенных платежей и переданных показаний, а также просмотр информации о состоянии расчетов с поставщиками услуг;
- g) привязка нескольких лицевого счетов к одной учетной записи;
- h) направление заявления на изменение, расторжение договора энергоснабжения, получение дополнительного соглашения, иных документов и актуальной информации, связанной с изменением, исполнением и расторжением договора;
- i) направление в адрес Компании любых обращений (в т.ч. заявлений, претензий, жалоб, благодарностей, справок, иных документов и информации);

- j) оформление подписки на получение электронного платежного документа;
- k) выгрузка электронной версии платежного документа;
- l) получение информационных уведомлений;
- m) направление клиенту уведомления об ограничении или приостановлении предоставления коммунальной услуги по электроснабжению;
- n) предоставление удаленного доступа к минимальному набору функций интеллектуальной системы учета Компании посредством сети «Интернет» (доступ предоставляется в отношении приборов учета электрической энергии, допущенных в эксплуатацию после 1 января 2022 г.).

120. Основные возможности сервиса «Личный кабинет клиента» для юридических лиц:

- a) круглосуточный режим работы сервиса, за исключением плановых технических работ;
- b) направление заявки на заключение, изменение, расторжение договора энергоснабжения (купли-продажи) электрической энергии (мощности) и получение проекта договора, дополнительного соглашения, иных документов и актуальной информации, связанной с заключением, изменением, исполнением и расторжением договора;
- c) передача показаний приборов учета в формате, предусмотренном личным кабинетом клиента;
- d) оплата за потребленную электрическую энергию и другие жилищно-коммунальные услуги с помощью банковской карты;
- e) просмотр истории начислений и внесенных платежей;
- f) получение и выгрузка копий платежных документов;
- g) просмотр прогнозных и фактических предельных уровней нерегулируемых цен на электрическую энергию (мощность);
- h) расчет стоимости электрической энергии и мощности;
- i) направление обращений на замену (установку, поверку) прибора учета или измерительного трансформатора тока
- j) направление клиенту уведомления об ограничении режима потребления электрической энергии (мощности);
- k) просмотр детализации начислений по договору энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности);
- l) направление в адрес Компании обращений (в т.ч. заявлений, претензий, жалоб, благодарностей, справок, иных документов и информации) с возможностью просмотра статуса обращения;
- m) предоставление удаленного доступа к минимальному набору функций интеллектуальной системы учета Компании посредством сети «Интернет» (доступ предоставляется в отношении приборов учета электрической энергии, допущенных в эксплуатацию после 1 января 2022 г.).

121. Набор функций сервисов «Личный кабинет клиента» и «Мобильное приложение» определяется Компанией с учетом функциональности иных систем информационного взаимодействия с клиентами.

122. Порядок и содержание разделов сервисов «Личный кабинет клиента» и «Мобильное приложение» могут быть изменены в зависимости от запросов клиентов с целью улучшения качества обслуживания.

Терминалы дистанционного обслуживания потребителей – физических лиц

123. Основные возможности терминалов дистанционного обслуживания потребителей – физических лиц:

- а) передача показаний приборов учета в формате, предусмотренном терминалом дистанционного обслуживания;
- б) оплата за потребленную электрическую энергию и другие жилищно-коммунальные услуги с помощью банковской карты;
- в) направление в адрес Компании любых видов обращений (в т.ч. заявлений, претензий, жалоб, благодарностей, справок, иных документов и информации);
- г) получение ответов на интересующие вопросы (консультации и разъяснения);
- д) получение копий платежных документов;
- е) получение детализации начислений по договору энергоснабжения, справок и иных документов или информации.

Социальные сети

124. С помощью социальных сетей «ВКонтакте» и «Одноклассники» клиенты могут задать интересующий вопрос в адрес Компании и получить соответствующую консультацию.

125. В социальных сетях Компания производит информирование клиентов путем размещения информационных публикаций о деятельности Компании; о способах оплаты; о тарифах на электроэнергию; об актуальных акциях Компании и т.п. информации.

Обращение через портал Госуслуги

126. Раздел официального сайта Компании «Обращения через Госуслуги» позволяет потребителям – физическим лицам решить актуальные проблемы.

127. Основные возможности сервиса:

- а) направление в адрес Компании сообщений о проблемах, волнующих граждан;
- б) получение ответов о принятых мерах по решению поступившего вопроса.

Чат-боты Компании в мессенджерах

128. Чат-бот Компании в мессенджерах – это интерактивный сервис Компании, с помощью которого роботизированы процессы поддержки и информирования потребителей – физических лиц.

129. Все персональные данные сервис предоставляет только при введении номера лицевого счета абонента.

130. Основные возможности чат-ботов Компании:

- а) просмотр баланса лицевого счета;
- б) оплата за потребленную электрическую энергию и другие жилищно-коммунальные услуги банковской картой;
- в) получение информации о способах оплаты; о тарифах на электроэнергию; об актуальных акциях Компании;

- d) получение информации об адресах центров обслуживания клиентов и другой контактной информации Компании.

131. Информация для пользователей с порядком подключения к чат-боту Компании размещается на официальном сайте Компании.

VI. Информационное взаимодействие с клиентами

132. Информационное взаимодействие с клиентами имеет следующие формы:

- a) массовое информационное взаимодействие;
- b) индивидуальное информационное взаимодействие по запросу;
- c) предоставление информации по инициативе Компании.

133. Базовый инструмент массового информационного взаимодействия с аудиторией – СМИ и официальный сайт Компании www.gesbt.ru, социальные сети. Массовое информационное взаимодействие заключается в размещении публикаций в СМИ о деятельности Компании, информировании клиентов по вопросам, связанным с процессом сбыта электрической энергии (мощности), а также реализации неосновных услуг путём размещения информации в центрах обслуживания клиентов или на официальном сайте www.gesbt.ru, а также размещение информации о проведении разнообразных PR-кампаний, направленных на информирование широкой общественности о деятельности Компании, возможных каналах связи и т.д.

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

135. Консультации предоставляются по следующим вопросам:

- a) сроки выполнения действий, входящих в компетенцию Компании;
- b) перечень документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию Компании;
- c) стоимость (цена) единицы электрической энергии, а также иных услуг, реализуемых Компанией;
- d) комплектность (достаточность) представленных документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию Компании;
- e) источник получения документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию Компании (орган, организация и их местонахождение);
- f) время приема и выдачи документов;
- g) порядок обжалования действий (бездействия) и решений, осуществляемых и принимаемых в ходе исполнения функции Компании;
- h) иные консультации по вопросам осуществления Компанией основных и неосновных видов деятельности.

136. Порядок размещения Компанией информации на оборотной стороне платежного документа устанавливается отдельным организационно-распорядительным документом. Данные о размещенной информации документируются, подлежат систематизации и анализу.

137. По инициативе Компании клиентам предоставляется два типа информации:

- a) справочная информация;
- b) напоминания/сообщения.

К справочной информации относятся:

- извлечения из законодательных и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы, регулирующие деятельность Компании;
- месторасположение, график (режим) работы, номера телефонов, адреса электронной почты центров обслуживания клиентов, в которых клиентам представляются документы, необходимые для выполнения действий, входящих в компетенцию Компании;
- порядок обжалования решений, действий или бездействия сотрудников, исполняющих действия, входящие в компетенцию Компании;
- иная справочная информация по вопросам осуществления Компанией основных и неосновных видов деятельности.

К напоминаниям/сообщениям относится информирование:

- о наличии задолженности;
- о вводе ограничений энергопотребления;
- о внесении изменений в условия договоров по инициативе Компании;
- о приближении срока оплаты за предоставленные услуги;
- об изменении тарифов или правил предоставления услуг;
- иные напоминания и сообщения по вопросам осуществления Компанией основных и неосновных видов деятельности.

138. С целью оказания консультационной поддержки клиентам Компания размещает и своевременно актуализирует в центрах обслуживания клиентов на информационных стендах следующую информацию:

а) сведения о Компании:

- наименование Общества;
- фактический и юридический адрес Общества;
- режим работы Общества;
- ФИО руководителя Общества;
- телефон горячей линии Общества;
- адрес сайта Общества в сети Интернет;
- адреса сайтов в сети Интернет, на которых Общество в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации, обязано размещать информацию об исполнителе услуг;

б) график (режим работы), адрес и телефон центров обслуживания клиентов;

в) перечень граждан, имеющих право на внеочередное обслуживание;

г) сведения об органах исполнительной власти осуществляющих контроль и надзор за соблюдением законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих отношения в области защиты прав потребителей (Роспотребнадзор, Прокуратура и т.п.), и организациях, обеспечивающих ведомственный контроль над работой Общества (Государственная жилищная инспекция и т.п.):

- наименование органов, осуществляющих контроль, а также их территориальных органов и подразделений;

- номера телефонов органов, осуществляющих контроль, а также их территориальных органов и подразделений;
- адреса и график работы органов, осуществляющих контроль, а также их территориальных органов и подразделений;
- e) порядок подачи обращений, претензий и жалоб на действия Общества;
- f) порядок и способы оплаты услуг по договору энергоснабжения, адреса мест оплаты;
- g) порядок, условия и способы приема показаний приборов учета;
- h) перечень документов, необходимых для заключения договора энергоснабжения, порядок его заключения, а также порядок получения информации о состоянии процесса заключения договора с потребителем;
- i) информация о заочных каналах обслуживания;
- j) льготы и субсидии на оплату коммунальных услуг;
- k) сведения о последствиях нарушения обязательств по оплате электроэнергии.

139. В настенных /напольных перекидных системах в центрах обслуживания клиентов размещается следующая информация:

- a) стандарт качества обслуживания потребителей электрической энергии и иных коммунальных услуг;
- b) копии свидетельств ОГРН, ИНН Компании;
- c) копия сертификата системы менеджмента качества, подтверждающего соответствие системы менеджмента Общества требованиям стандарта (при наличии);
- d) закон Российской Федерации от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей»;
- e) показатели качества коммунальных услуг, предельные сроки устранения аварий и иных нарушений порядка предоставления коммунальных услуг, установленные законодательством Российской Федерации;
- f) порядок замены/установки приборов учета электрической энергии;
- g) размеры тарифов (цен) на электрическую энергию для населения и приравненных к нему категорий потребителей, норм потребления электрической энергии, и реквизиты нормативных правовых актов, которыми они установлены;
- h) информация об установленных тарифах (ценах), надбавках к тарифам, нормах потребления на коммунальные услуги в рамках договора на оказание услуг РКО, и реквизитах нормативных правовых актов, которыми они установлены;
- i) сведения о последствиях несанкционированного вмешательства в работу прибора учета электрической энергии, а также недопуска сотрудника Общества в помещение для проверки состояния (установки, ввода в эксплуатацию) приборов учета электрической энергии и достоверности переданных сведений о показаниях таких приборов учета;
- j) сведения о максимально допустимой мощности приборов, оборудования и бытовых машин, которые может использовать потребитель для удовлетворения бытовых нужд;
- k) информация об обязанности потребителя сообщать исполнителю коммунальных услуг об изменении количества зарегистрированных граждан в жилом помещении;
- l) сведения о необходимости собственнику нежилого помещения в многоквартирном доме заключить в письменной форме договор ресурсоснабжения с ресурсоснабжающей организацией, а также о последствиях отсутствия такого договора в указанные сроки;

m) форма договора энергоснабжения для потребителей – физических лиц.

140. Очное информирование включает в себя в том числе консультации специалистов, размещение информации на информационных стендах, в настенных /напольных перекидных системах и мониторах, расположенных в центрах обслуживания клиентов, размещение буклетов и брошюр, плакатов.

141. Заочные консультации предоставляются клиентам по телефону и по почте, в т.ч по электронной почте. Заочные консультации предоставляются клиенту по типовым вопросам и ситуациям, описанным в документе «База знаний», а также по индивидуальным запросам клиентов.

142. Интерактивные консультации предоставляются клиенту, отправившему в Компанию обращение через интерактивные сервисы обслуживания.

VII. Мониторинг качества обслуживания клиентов

Мониторинг удовлетворенности клиентов

143. В целях изучения уровня удовлетворенности клиентов качеством обслуживания Компании на регулярной основе (не реже 1 раз в год) проводится анкетирование клиентов.

144. Мониторинг удовлетворенности клиентов проводят в целях определения областей улучшения деятельности, разработки и осуществления мер по наиболее полному удовлетворению требований и ожиданий клиентов. Мониторинг проводят на основе анализа полученной информации о качестве обслуживания и деятельности Компании в целом.

145. Порядок проведения актирования устанавливается отдельным организационно - распорядительным документом Компании. Результаты проведенного анкетирования клиентов документируются, подлежат систематизации и анализу.

146. Результаты мониторинга рассматривают при проведении анализа со стороны руководства Компании не реже одного раза в год и служат для определения необходимых корректирующих и предупреждающих действий, а также планирования и внедрения мер для улучшения качества обслуживания клиентов.

Термины и определения, применяемые в Стандарте

База знаний – это структурированная система непрерывно актуализируемой информации, относящейся к деятельности Общества в части реализации услуг потребителям – физическим лицам, и используемой сотрудниками Общества для подготовки устных и письменных ответов на поступающие обращения потребителей – физических лиц.

Голосовой помощник – интерактивная информационно-справочная система, необходимая для автоматизированной обработки обращений клиентов с помощью тонального набора или голосовых команд.

Заочное обслуживание – обслуживание клиентов без личного контакта с сотрудниками Компании, в том числе по телефону, посредством интерактивного обслуживания и почтовой переписки.

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

Информационно-рекламные материалы – полиграфическая и(или) печатная продукция (листовки, буклеты, брошюры, плакаты, баннеры, мультимедийный контент, информационные стенды).

Качество обслуживания – совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение потребностей клиентов.

Клиент – потребитель электрической энергии или иных коммунальных услуг (юридическое или физическое лицо) или лицо, имеющее намерение заключить договор энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности), осуществляющий взаимодействие с Компанией в рамках реализации последней основных и неосновных видов деятельности.

Контактный центр – единая централизованная информационно-справочная служба, представляющая собой совокупность оборудования, программного обеспечения, работников, процессов для обеспечения обслуживания клиентов по многоканальному номеру телефону.

Личный кабинет клиента – отдельный раздел на официальном сайте гарантирующего поставщика или в мобильном приложении, где обеспечивается возможность создания и управления учетными записями, обмена информацией, в том числе в целях осуществления юридически значимых действий, между клиентом и гарантирующим поставщиком в электронной форме, включая направление документов, сведений, обращений и получение информации, позволяющий предоставлять и получать дистанционный доступ к сведениям о заключенном (планируемом к заключению) договоре энергоснабжения (купли-продажи (поставке) электрической энергии (мощности), его исполнении, иным услугам, а также иной информации, предоставляемым гарантирующим поставщиком.

Мобильное приложение – программное обеспечение Компании, предназначенное для работы в личном кабинете клиента на смартфонах, планшетах и других мобильных устройствах.

Обращение – индивидуальные или коллективные заявление, предложение, запрос, заявка, направленные клиентом в адрес Компании или должностного лица Компании в письменной или устной форме.

Очное обслуживание – обслуживание клиентов посредством личного контакта с сотрудниками Компании, осуществляется в центрах обслуживания клиентов, а также может осуществляться в иных подразделениях и (или) территориальных отделениях Компании либо привлеченного им для этих целей третьего лица.

Официальный сайт Компании – информационный ресурс, объединяющий под одним адресом (доменным именем или IP-адресом) совокупность документов и сервисов гарантирующего поставщика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Потребитель (посетитель) – см. Клиент.

Претензия (жалоба) – обращение, содержащее информацию о ненадлежащем исполнении договорных обязательств со стороны Компании и (или) требование о восстановлении нарушенных прав или охраняемых законом интересов клиента.

Смс-сообщение – короткое текстовое сообщение, состоящее из букв или символов, набранных в определенной последовательности, предназначенное для передачи по сети подвижной радиотелефонной связи и радиосвязи.

Терминалы дистанционного обслуживания потребителей - физических лиц – это дистанционный сервис видеоконсультаций, предназначенный для обслуживания потребителей в целях предоставления услуг на основании удаленно поступившего обращения, без личного визита в центр обслуживания клиентов.

Центр обслуживания клиентов – подразделение, предназначенное для осуществления очного обслуживания клиентов по вопросам, относящимся к деятельности гарантирующего поставщика, и расположенное в его зоне деятельности.

Чат-бот – разновидность программного робота для письменного и (или) голосового общения с клиентами.

Параметры средней продолжительности взаимодействия с клиентом

№ п/п	Наименование показателя	Нормативное значение	Период оценки	Форма обслуживания
1	Средняя длительность ожидания в очереди при очном обращении	Не более 7 минут	Ежемесячно	очная
2	Средняя длительность обслуживания при очном обращении	Не более 11 минут	Ежемесячно	очная
3	Коэффициент потерянных звонков (% потерь) на которые клиент не дождался ответа оператора Контактного центра	Не более 13 %	Ежемесячно	заочное
4	Средняя длительность предоставления ответа оператором при обращении в Контактный центр	Не более 240 сек.	Ежемесячно	заочное
5	Доля ожидающих ответа оператора на линии более 5 минут	Не более 5 %	Ежемесячно	заочное
6	Оценка качества ответа оператора Контактного центра	Не менее 4 баллов	Ежемесячно	заочное
7	Длительность предоставления ответов на письменные обращения клиентов	Не более 30-ти дней	Ежемесячно	заочное/интерактивное