

**СТАНДАРТ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (ПОКУПАТЕЛЕЙ)
АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА
«ЯНТАРЬЭНЕРГОСБЫТ»**

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1	Общие положения	3
Раздел 1	Область применения	3
1.1.	Цели и задачи	3
Раздел 2	Нормативные правовые акты	4
Раздел 3	Термины и определения	5
Глава 2	Требования к процессу взаимодействия с потребителями	8
Раздел 1	Принципы взаимодействия с потребителями	8
Раздел 2	Функциональная структура взаимодействия с потребителем	9
Раздел 3	Виды обслуживания потребителей и приоритеты их использования	11
Раздел 4	Организация информирования потребителей	12
Раздел 5	Очное обслуживание потребителей	16
5.1.	Требования к инфраструктуре очного обслуживания	16
5.2.	Организация очного обслуживания потребителей	16
5.3.	Задачи и функции очного обслуживания потребителей	18
Раздел 6	Организация заочного и интерактивного обслуживания	19
6.1.	Организация деятельности Call-центра	20
6.2.	Задачи и функции обслуживания посредством телефонной связи	21
6.3.	Организация интерактивного обслуживания	23
6.4.	Общая схема работы с обращениями потребителей	24
6.4.1.	Работа с обращениями, полученными через публичные страницы	26
6.4.2.	Работа с обращениями, полученными через ГИС ЖКХ	27
6.4.3.	Организация электронного документооборота	27
Раздел 7	Требования к этикету при обслуживании потребителей	27
7.1.	Общие требования делового этикета	27
7.2.	Требования к деловому этикету при телефонных переговорах	29
7.3.	Требования к этикету деловой переписки	30
7.4.	Требования к внешнему виду и форме одежды работников	31
Глава 3	Мониторинг качества обслуживания потребителей	32

ГЛАВА 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Раздел 1. Область применения

Настоящий Стандарт качества обслуживания потребителей (покупателей) акционерного общества «Янтарьэнергосбыт» (далее – Стандарт) является локальным нормативным документом, определяющим нормы и правила взаимодействия с потребителями (покупателями), потенциальными потребителями (покупателями) электрической энергии при осуществлении энергосбытовой деятельности, единые требования к качеству обслуживания, оптимизации и формализации процедур взаимодействия акционерного общества «Янтарьэнергосбыт» (далее – Общество) и потребителя (покупателя).

Действие Стандарта распространяется на взаимоотношения с потребителями (покупателями) электрической энергии (далее – потребители) Общества – гражданами-потребителями и юридическими лицами. Стандарт не регламентирует взаимодействие Общества и потребителей на оптовом рынке электроэнергии (мощности).

По инициативе АО «Янтарьэнергосбыт» Стандарт может быть использован как основа для принятия Программы мероприятий по повышению качества обслуживания потребителей (покупателей), Кодексов деловой этики, других регламентирующих и организационно-распорядительных документов Общества, а также соглашений с прочими участниками розничного рынка электрической энергии, иными ресурсоснабжающими организациями и предприятиями сферы жилищно-коммунального хозяйства.

Применение положений Стандарта Общества при обслуживании потребителей является обязательным.

1.1. Цели и задачи

Целью разработки и внедрения настоящего Стандарта является установление норм и правил взаимодействия Общества с потребителями, единых требований к качеству обслуживания, оптимизация и формализация процедур взаимодействия.

Стандарт определяет и регламентирует требования к следующим процедурам взаимодействия:

- организации системы взаимодействия с потребителями посредством очного обслуживания на площадках очной инфраструктуры Общества;
- организации заочного обслуживания через Call-центр;
- организации виртуального (интерактивного) обслуживания через интернет-приемную на официальном сайте Общества в сети Интернет, сервис «личный кабинет», e-mail сервисы, официальные страницы в социальных сетях и мессенджеры;
- организации информирования потребителей;
- организации процессов взаимодействия с потребителями;

- анализ потребностей и ожиданий потребителей посредством обработки обращений;

- реагирование на жалобы и обращения, обеспечение «обратной связи»;
- оценка степени удовлетворенности качеством обслуживания;
- обеспечение информативности.

Стандарт определяет и регламентирует основные направления повышения удовлетворенности потребителей качеством услуг энергоснабжения и качеством обслуживания:

- уменьшение времени решения вопросов;
- оптимизация затрат потребителей и Общества;
- создание комфортных условий и доброжелательного отношения к потребителю.

Стандарт является основанием для формирования (корректировки) внутренних и организационно-распорядительных документов Общества, в том числе положений о структурных подразделениях (подразделениях), должностных инструкций работников Общества.

При противоречии между иными внутренними и (или) организационно-распорядительными документами Общества, регламентирующими деятельность в части взаимодействия с потребителями, и настоящим Стандартом, применяются положения и требования настоящего Стандарта.

Раздел 2. Нормативные правовые акты

В Стандарте учтены требования следующих нормативных правовых актов¹:

- Гражданский кодекс Российской Федерации;
- Федеральный закон от 26.03.2003 № 35-ФЗ «Об электроэнергетике»;
- Федеральный закон от 02.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации»;
- Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных»;
- постановление Правительства Российской Федерации от 04.05.2012 № 442 «О функционировании розничных рынков электрической энергии, полном и (или) частичном ограничении режима потребления электрической энергии»;
- постановление Правительства Российской Федерации от 06.05.2011 № 354 «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов»;
- иные нормативные правовые акты, регламентирующие деятельность АО «Янтарьэнергосбыт» в части обслуживания потребителей.

¹ Если документ заменен (изменен), то при пользовании настоящим Стандартом следует руководствоваться заменяющим (измененным) документом. Если документ отменен без замены, то положения Стандарта применяются в части, не затрагивающей ссылку на этот документ.

Раздел 3. Термины и определения

Применительно к настоящему Стандарту используются следующие термины и определения:

Автоинформатор – техническая система автоматического оповещения большого количества потребителей с целью доведения до них типовой информации.

Гарантирующий поставщик электрической энергии - коммерческая организация, обязанная в соответствии с Федеральным законом или добровольно принятыми обязательствами заключить договор энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии) с любым обратившимся к нему потребителем либо с лицом, действующим от имени и в интересах потребителя и желающим приобрести электрическую энергию.

Дополнительные услуги – услуги, оказываемые Обществом, не относящиеся к основному виду деятельности компании: купле – продаже электрической энергии.

Жалоба – направленное потребителем в адрес компании или должностного лица компании, либо контролирующего органа, письменное или устное заявление о нарушении прав или охраняемых законом интересов потребителя или его представителя, в том числе о предоставлении услуги ненадлежащего качества.

Правомерная жалоба – жалоба, по факту проверки которой была подтверждена ответственность гарантирующего поставщика во внесудебном порядке или установлена в судебном порядке за нарушение прав или охраняемых законом интересов потребителя или его представителя, в том числе за предоставление услуги ненадлежащего качества.

Заочное обслуживание – обслуживание потребителей без личного контакта с работниками компании, в том числе по телефону, почте, посредством сети Интернет или через клиентский ящик.

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

Интерактивный автоответчик (IVR) (с англ. InteractiveVoiceResponder) - интерактивная информационно-справочная система, необходимая для автоматизации обработки запросов потребителей с помощью тонального набора.

Интернет-приемная – интерактивная приемная для потребителей на веб-сайте. Может создаваться в форме Интернет-портала, то есть совокупности веб-страниц с повторяющимся дизайном, объединенных по смыслу, навигационно и физически находящихся на одном веб-сервере.

Инфраструктура заочного сервиса – совокупность взаимосвязанных обслуживающих организационных структур или элементов, составляющих и/или обеспечивающих основу функционирования заочной системы обслуживания.

Инфраструктура очного сервиса – совокупность взаимосвязанных обслуживающих организационных структур или элементов, составляющих

и/или обеспечивающих основу функционирования очной системы обслуживания.

Каналы коммуникаций – среда, пути и средства информационного обмена между потребителем и компанией.

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

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

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

Корпоративный Call-центр – категория call-центра, при которой обработку входящих и исходящих вызовов потребителей осуществляют работники компании.

Личный кабинет – совокупность адресных информационно-интерактивных сервисов в части взаимодействия с потребителем.

ВМРО – Восточное межрайонное отделение АО «Янтарьэнергосбыт».

Обращение – направленное потребителем в адрес компании или должностного лица компании письменное или устное заявление по вопросам деятельности компании. Письменные обращения направляются потребителем посредством почты, факса, e-mail, Интернет-приемной, клиентского ящика и других каналов. Устные заявления поступают от потребителя при очном обращении в центр (пункт) обслуживания клиентов, при заочном обращении – в Call-центр компании.

К обращениям относятся следующие категории: жалоба (претензия), заявление, запрос справочной информации /консультации, заявка на оказание дополнительных услуг, отзыв потребителя о деятельности компании, предложение от потребителя по улучшению качества обслуживания и пр.

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

Общество (компания, гарантирующий поставщик) – АО «Янтарьэнергосбыт».

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

Отзыв – обращения потребителей, которые содержат оценку предоставленных услуг, качества обслуживания работниками компании, а также других компонентов обслуживания.

Очное обслуживание (очный сервис) – обслуживание потребителя посредством личного очного контакта с работниками структурных подразделений (подразделений) компании.

Период пиковой нагрузки (BusyHour, PeakHour) – период времени суток, когда фиксируется наибольшая нагрузка на номер Call-центра.

Потребитель (клиент) – потребитель электрической энергии, приобретающий электрическую энергию (мощность) по заключенному с компанией, в том числе путем совершения конклюдентных действий, договору энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)).

Потребителями компании являются:

- граждане–потребители и приравненные к ним в соответствии с нормативными правовыми актами в области государственного регулирования тарифов группы (категории) потребителей, приобретающие электрическую энергию для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности;
- исполнители коммунальных услуг, приобретающие электрическую энергию для предоставления коммунальных услуг гражданам;
- юридические лица и предприниматели, приобретающие электрическую энергию для производственных нужд;
- юридические лица, приобретающие электрическую энергию для ее дальнейшей продажи;
- юридические лица - территориальные сетевые организации, приобретающие электрическую энергию в целях компенсации потерь электрической энергии;
- собственники объектов микрогенерации.

Регулирующий орган – ФАС России, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации в области государственного регулирования цен (тарифов).

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

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

Система автоинформирования – автоматизированная система оповещения большого числа потребителей в целях доведения до них типовой информации.

Система аудиозаписи – система, осуществляющая запись всех телефонных переговоров работников компании с потребителями.

Система централизованного обслуживания потребителей – совокупность взаимосвязанных процессов, трудовых и информационных ресурсов, которые направлены на обеспечение предоставления потребителям услуг надлежащего качества.

Центр обслуживания клиентов (ЦОК) – центр, предназначенный для очного приема обращений потребителей по вопросам энергопотребления, осуществления коммунальных платежей, получения дополнительной информации, создания комфортной, эргономичной среды взаимодействия, повышения эффективности обслуживания.

Call-центр (Контакт-Центр) – совокупность оборудования, программного обеспечения и бизнес - процессов заочного обслуживания потребителей.

ГЛАВА 2. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОЦЕССУ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

Раздел 1. Принципы взаимодействия с потребителями

Политика компании в области взаимодействия с потребителями заключается в обеспечении клиентоориентированного подхода при осуществлении деятельности. Основная цель клиентоориентированного подхода - формирование лояльности потребителей к компании за счет качественного обслуживания и удовлетворения потребностей в услугах в кратко- и долгосрочной перспективе.

Основными принципами Системы обслуживания потребителей являются:

✓ Территориальная доступность. Расположение структурных подразделений (подразделений) Общества, осуществляющих очное обслуживание потребителей, обеспечивает покрытие зоны деятельности гарантирующего поставщика и доступность обслуживания потребителей. Очный сервис Общества удобен для всех групп потребителей и организован с соблюдением единых требований к качеству оказываемых услуг во всей зоне деятельности компании.

✓ Квалифицированное обслуживание. Организация всех форм сервиса обеспечивает высокий уровень квалификации и компетенции работников компании.

✓ Вежливость. Работники Общества должны быть вежливы и проявлять уважение к мнению потребителей. Грубое и неуважительное отношение к потребителю и его мнению не допускается вне зависимости от возраста, статуса, мнения, отношения к Обществу. При обслуживании потребителей работники Общества придерживаются доброжелательного стиля общения, не допускают пренебрежительного тона.

✓ Доступность и оперативность заочного и интерактивного сервисов компании. Каналы заочной коммуникации с потребителями обеспечивают круглосуточный доступ к заочному сервису и оперативность реакции компании на запросы потребителя. К интерактивному сервису организован удобный и скоростной доступ, интерфейс и инструментарию интерактивного сервиса эргономичны и интуитивно понятны для потребителей.

✓ Информированность потребителей о компании и услугах. Полная и достоверная информация обо всех процедурах взаимодействия с Обществом носит публичный характер, предоставляется в доступной форме для потребителей. Данный принцип предупреждает необходимость обращения потребителя в компанию для получения справочной информации и консультаций.

✓ Прозрачность бизнес-процессов обслуживания потребителей. Бизнес-процессы обслуживания потребителей формализованы, описаны и прозрачны для обеспечения контролируемости и управляемости процедур взаимодействия с потребителями.

✓ **Объективность.** Компания обеспечивает объективное и непредвзятое рассмотрение жалоб в установленные сроки, возможность обжалования решений, порядок которого доводится до потребителей в соответствии с принципом информированности потребителей.

✓ **Защита персональных данных.** Общество в соответствии с Федеральным законом от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» обеспечивает полную защиту персональных данных, полученных от потребителей, и использует их с целью выполнения договорных обязательств, а также в иных целях, согласованных с потребителем. Общество обеспечивает соблюдение требований конфиденциальности и безопасности персональных данных при их обработке, хранении и передаче в соответствии с Федеральным законом от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных».

Обслуживание потребителей основано на принципе «обратной связи» и предполагает соответствующие изменения в деятельности компании в ответ на потребности и ожидания потребителей. Рассмотрение обращений и жалоб потребителей с учетом принципа добросовестности потребителя, если в установленном нормативными правовыми актами Российской Федерации порядке не установлено обратное.

Раздел 2. Функциональная структура взаимодействия с потребителем

Система централизованного обслуживания потребителей в Обществе организуется таким образом, чтобы обеспечить оптимальный баланс качества, себестоимости обслуживания и удовлетворения требований потребителей в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Для построения эффективной системы обслуживания потребителей на всех уровнях структуры управления компании должны функционировать организационные элементы данной системы.

На уровне исполнительного аппарата Общества функции по координации и контролю работы системы обслуживания потребителей осуществляют функциональные структурные подразделения (подразделения), непосредственно ответственные за организацию очного и заочного (в т.ч. интерактивного) обслуживания потребителей, в соответствии с внутренними регламентирующими документами указанных структурных подразделений (подразделений).

На уровне ВМРО Общества работу системы централизованного обслуживания потребителей обеспечивают подразделения по взаимодействию с потребителями, которые подчиняются начальнику ВМРО либо его заместителю.

На указанные подразделения возлагаются следующие функции:

- организация очного и заочного (в т.ч. интерактивного) клиентского обслуживания с учетом положений настоящего Стандарта, договорных обязательств регламентов и законодательства;

- прием, обработка, анализ и передача поступивших обращений согласно тематике в соответствующие структурные подразделения (подразделения) Общества;

- работа с жалобами и обращениями потребителей, касающихся вопросов обслуживания;
- изучение потребностей и мониторинг степени удовлетворенности потребителей;
- сбор и предоставление руководству Общества отчетов по взаимодействию с потребителями и предложений по улучшению качества обслуживания.

Для организации обслуживания потребителей используют два уровня: фронт-офис и бэк-офис.

Фронт-офис отвечает за непосредственное взаимодействие с потребителем. Он включает подразделения очного обслуживания (центры (пункты) обслуживания клиентов), подразделение заочного обслуживания (Call-центр, личный кабинет клиента), интернет-приемную, e-mail сервисы. Работа фронт-офиса направлена на повышение качества и культуры обслуживания потребителей, обеспечение комфортных условий ожидания и обслуживания, а также обеспечение клиентоориентированного подхода при оказании услуг потребителям.

Бэк-офис – подразделения Общества, на которые возложены задачи, непосредственно не связанные с личным обслуживанием потребителей, в частности включающие в себя:

- рассмотрение, обработку и выполнение обращений потребителей, поступающих через фронт-офис;
- расчеты за оказание услуг и формирование платежных документов в соответствии с заключенными с потребителями договорами;
- подготовка финансово-экономической отчетности и т.д.

Взаимодействие фронт-офиса и бэк-офиса осуществляется в соответствии с утвержденными регламентами, предусматривающими:

1) Наличие единого программного обеспечения с возможностью использования единой информационной базы данных потребителей.

2) Информационный обмен в рамках исполнения производственных функций, включая передачу в установленные сроки: из фронт-офиса в бэк-офис обращений потребителей для подготовки ответов на них; документации для заключения договоров; из бэк-офиса во фронт-офис – оформленных и подписанных документов и договоров для передачи потребителям. Руководители и специалисты (ответственные исполнители структурного подразделения Общества, в функции которого входит оказание услуги) других структурных подразделений Общества взаимодействуют со специалистами фронт-офиса в рамках своей компетенции. Каждое из структурных подразделений, деятельность которых затрагивает интересы потребителей, на систематической основе предоставляет информацию по изменению и совершенствованию порядка работы с потребителями.

Для создания и поддержания системы централизованного обслуживания потребителей Общество обеспечивает наличие:

- квалифицированных специалистов, ответственных за взаимодействие с потребителями и организацию клиентского обслуживания;
- помещений для приема потребителей;

- компьютерного оборудования и программного обеспечения для регистрации, обработки обращений потребителей и формирования отчетов;
- формализованных в соответствующей регламентирующей документации бизнес-процессов взаимодействия компании с потребителями.

Раздел 3. Виды обслуживания потребителей и приоритеты их использования

Система централизованного обслуживания потребителей включает следующие формы обслуживания потребителей: информирование, очный сервис (обслуживание посредством личного контакта с работниками компании), заочный (в том числе интерактивный) сервис (обслуживание без личного контакта с работниками компании, в том числе по телефону, с использованием почтовой связи, систем видео-конференц-связи (при наличии соответствующего оборудования и технической возможности) или через сеть «Интернет»).

Информирование потребителей о деятельности Общества и условиях обслуживания имеет две формы: массовое и индивидуальное информирование.

Очное обслуживание осуществляется посредством личного контакта потребителей с работниками компании в центрах (пунктах) обслуживания клиентов. При очном обслуживании каналами коммуникаций являются: Центр обслуживания клиентов (г. Калининград), центры (пункты) обслуживания клиентов Общества, включая центры (пункты) обслуживания клиентов в зоне деятельности ВМРО Общества.

Заочная форма обслуживания, а также интерактивный сервис осуществляется без личного контакта потребителей с работниками компании. При заочной форме обслуживания потребителей используются следующие каналы коммуникации: Call-центр, Интернет-сайт компании (в том числе Интернет-приемная и Личный кабинет клиента), e-mail сервисы, официальная группа ВКонтакте, электронный документооборот, почта, клиентский ящик, чат-бот.

Общество предоставляет потребителям возможность свободного выбора любой из трех форм обслуживания (очной, заочной и виртуальной (интерактивной)) в зависимости от индивидуальных возможностей и предпочтений потребителя.

Основными приоритетами при организации обслуживания потребителей являются:

- минимизация возникновения вопросов у потребителей при организации информирования;
- следование принципам прозрачности, однозначности, простоты восприятия и понимания; создание систем помощи и подсказок, появляющихся во время процесса получения услуги;
- приоритет персонального самообслуживания потребителей над иными видами обслуживания. Это приоритет создания способов (услуг), позволяющих потребителям решать вопросы (пользоваться сервисами) в любое время, находясь в любом месте. Такими способами являются: размещение исчерпывающих и понятных материалов на

сайте и в центрах (пунктах) обслуживания клиентов Общества, организация роботизированных сервисов, использование автоматизированных сервисов партнёров Общества;

- приоритет заочного обслуживания над очным. Минимизация количества вопросов, которые потребитель не может решить без очного контакта с работником Общества и посещения офиса Общества.

Раздел 4. Организация информирования потребителей

При организации информирования потребителей соблюдаются следующие требования:

- обязательные для информирования потребителей сведения могут предоставляться по запросу потребителя, размещаться на официальном сайте Общества, на информационных досках в центрах (пунктах) обслуживания клиентов Общества, платежных документах Общества;

- ответственность за разработку, актуализацию и тиражирование информации определяется в соответствии с внутренними и организационно-распорядительными документами Общества согласно направлениям деятельности. Ответственность за размещение и предоставление информации в зависимости от способа ее размещения и предоставления возлагается на руководителей соответствующих структурных подразделений (подразделений) Общества.

Массовое информирование заключается в информировании широкой общественности (настоящие и потенциальные потребители, партнеры и работники) о деятельности Общества через СМИ.

По инициативе Общества потребителям предоставляется два типа информации: напоминания и сообщения, которые могут содержать в себе информацию:

- о наличии задолженности;
- о приближении срока оплаты за предоставленные услуги;
- об изменении тарифов или правил предоставления услуг;
- о готовности документов и необходимости их получения.

Данная информация может быть доведена до потребителей различными способами:

- путем обзвона потребителей операторами Call-центра;
- путем автоматизированного обзвона;
- путем автоматизированной рассылки на e-mail;
- через размещение справочной информации на сайте Общества;
- через размещение информационных материалов в буклетах и брошюрах, на информационных стендах, расположенных в центрах (пунктах) обслуживания клиентов Общества.

В соответствии с действующим законодательством в обязательном порядке потребителям на безвозмездной основе предоставляется следующая информация:

- ✓ О заключении договора энергоснабжения:

– основные условия заключения договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности));

– перечень документов, необходимых для заключения договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности));

– порядок заключения договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности));

– опубликование разработанных форм договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)), форм договоров купли-продажи электрической энергии, произведенной на объектах микрогенерации, расположенных в зоне деятельности гарантирующего поставщика в соответствии с требованиями действующего законодательства;

– сроки заключения договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)).

– порядок получения информации о состоянии процесса заключения договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)).

✓ О настоящем Стандарте.

Применение положений настоящего Стандарта Общества при обслуживании потребителей является обязательным. Настоящий Стандарт размещается в обязательном порядке на сайте Общества и на информационных стендах в центрах (пунктах) обслуживания клиентов Общества.

✓ О перечне мероприятий, включенных в программу мероприятий по повышению качества обслуживания потребителей (покупателей) и выполненных в истекшем году (или указание на их отсутствие), а также следующей информации (при наличии технической возможности по сбору и обработке такой информации):

- количество обращений, претензий и жалоб на действия гарантирующего поставщика;

- среднее за календарный месяц время ожидания потребителей (покупателей) в очереди до начала очного и (или) заочного обслуживания работником ЦОК;

- среднее за календарный месяц время обслуживания работниками ЦОК очно и (или) по каналам заочного обслуживания;

- режим работы каналов обслуживания в течение года.

✓ Об очном и заочном обслуживании потребителей.

График и порядок обслуживания потребителей в центрах (пунктах) очного обслуживания клиентов, адреса и телефоны (при наличии) центров (пунктов) очного обслуживания клиентов, категории потребителей, которые обслуживаются в конкретном центре (пункте) очного обслуживания, информация о предоставленных потребителям (покупателям) каналах заочного обслуживания и режиме их работы (обслуживание без личного контакта с работниками компании, в том числе по телефону, с использованием почтовой связи, систем видео-конференц-связи (при наличии соответствующего

оборудования и технической возможности) или через сеть «Интернет»), а также обеспечение наличия бесплатных телефонных или телекоммуникационных каналов связи между гарантирующим поставщиком и потребителями.

✓ О праве потребителей энергосбытовых (энергоснабжающих) организаций, функционирующих в зоне деятельности гарантирующего поставщика, в любое время перейти на обслуживание к гарантирующему поставщику.

✓ О порядке и условиях приема показаний приборов учета для расчетов за потребляемую электроэнергию и последствиях вывода их из строя либо их отсутствия. О снятии и приеме показаний приборов учета, а также способах приема показаний приборов учета от потребителей (покупателей) способами, допускающими возможность удаленной передачи сведений о показаниях приборов учета (телефон, сеть «Интернет» и др.).

✓ О размере и порядке расчета стоимости электрической энергии, действующих тарифах и льготах, а также о возможных последствиях нарушения обязательств по оплате электрической энергии в виде введения полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии, а по запросу потребителя - размер задолженности по оплате электрической энергии.

✓ О способах, порядке и условиях внесения платежей по договору энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)) различными способами, в том числе без оплаты комиссии.

✓ О способах подачи обращений потребителей (покупателей) по вопросам поставки некачественной электрической энергии или прекращения поставки электрической энергии, а также оповещения потребителей (покупателей) о причинах поставки некачественной электрической энергии или прекращения поставки электрической энергии и о планируемых сроках устранения указанных нарушений.

✓ О порядке подачи обращений, претензий и жалоб на действия гарантирующего поставщика, а также порядке приема иных обращений потребителей (покупателей) в адрес гарантирующего поставщика письменно или устно, в том числе посредством телефонной связи, сети Интернет, электронной почты.

✓ иные, наиболее часто задаваемые вопросы, возникающие у потребителей, и ответы на них.

Данная информация размещается в обязательном порядке на сайте Общества и на информационных стендах в центрах (пунктах) обслуживания клиентов. Для удобства потребителей функционируют обязательные каналы поступления обращений, претензий и жалоб: письменные обращения, книга отзывов и предложений, Единый контактный центр, а также дополнительные: обращение через сайт компании (сервис «Интернет-приемная»), «Личный кабинет».

Порядок обработки обращений, претензий и жалоб потребителей определяется внутренними документами Общества, в которых установлены требования по учету, срокам рассмотрения, исполнения и направления ответа по поступившим обращениям, претензиям и жалобам потребителей.

В соответствии с действующим законодательством в случае, если Общество выступает исполнителем коммунальных услуг, в обязательном порядке потребителям на безвозмездной основе предоставляется следующая информация:

- наименование, место нахождения (адрес его постоянно действующего исполнительного органа), сведения о государственной регистрации, режим работы, адрес сайта в Интернете, фамилия, имя и отчество руководителя;

- размеры тарифов (цен) на электрическую энергию, надбавок к тарифам и реквизиты нормативных правовых актов, которыми они утверждены;

- адреса и номера телефонов диспетчерской, аварийно-диспетчерской службы;

- порядок и форма оплаты потребленной электрической энергии, сведения о последствиях несвоевременного и (или) неполного внесения платы за потребленную электрическую энергию, отсутствия прибора учета, несанкционированного вмешательства в работу прибора учета, а также недопуска исполнителя коммунальных услуг в помещение для проверки состояния приборов учета и достоверности переданных сведений о показаниях таких приборов учета, а также недопуска гарантирующего поставщика (сетевой организации в отношении жилых домов (домовладений)) для установки, ввода в эксплуатацию, поверки, технического обслуживания и присоединения к интеллектуальной системе учета электрической энергии (мощности) прибора учета электрической энергии, расположенного в таком помещении;

- показатели качества коммунальных услуг, предельные сроки устранения аварий и иных нарушений порядка предоставления коммунальных услуг, установленные законодательством Российской Федерации;

- сведения о максимально допустимой мощности приборов, оборудования и бытовых машин, которые может использовать потребитель для удовлетворения бытовых нужд;

- информация об обязанности потребителя сообщать исполнителю коммунальных услуг об изменении количества зарегистрированных граждан в жилом помещении;

- сведения о тарифах на электрическую энергию (мощность), установленных для населения и приравненных к нему категорий потребителей в пределах и сверх социальной нормы потребления электрической энергии (мощности);

- 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;

- о дате начала проведения планового перерыва в предоставлении коммунальных услуг в сроки, утвержденные Постановлением Правительства Российской Федерации от 06.05.2011 № 354; наименовании, адресе и телефонах органов

исполнительной власти (их территориальных органов и подразделений), уполномоченных осуществлять контроль за соблюдением Постановления Правительства Российской Федерации от 06.05.2011 № 354.

Раздел 5. Очное обслуживание потребителей

5.1. Требования к инфраструктуре очного обслуживания

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

Очное обслуживание потребителей посредством личного контакта осуществляется в центрах (пунктах) обслуживания клиентов Общества.

Количество и места расположения центров (пунктов) обслуживания клиентов Общества определяются исходя из принципа доступности очного обслуживания для потребителей, они размещаются в административных центрах муниципальных образований, расположенных в границах зоны деятельности гарантирующего поставщика АО «Янтарьэнергосбыт» на территории Калининградской области.

Решение о необходимости открытия дополнительного центра (пункта) обслуживания клиентов или создания нового подразделения принимается генеральным директором Общества в установленном порядке.

Помещение должно располагаться в социально благополучном районе, в максимально доступном для населения месте, предпочтительно, на первом этаже здания, с обеспечением свободного доступа для посетителей с ограниченными возможностями, вблизи остановок общественного транспорта.

При вынужденном размещении офисов в одном здании с другими организациями приоритетным является: обеспечить их планировочную изоляцию и автономное функционирование посредством использования изолированных помещений с самостоятельным наружным входом.

Для достижения положительного эффекта при организации очного обслуживания основополагающую роль играют:

- уровень квалификации работников;
- техническое оснащение рабочего места работника;
- полнота и актуальность клиентской базы данных;
- автоматизация процессов, выполняемых работником при обслуживании потребителя;
- обеспечение комфортных условий ожидания и обслуживания;
- дополнительные сервисные возможности (дополнительная информация, возможность оплаты услуг на месте и др.).

Требования к оформлению центров (пунктов) обслуживания клиентов указаны в Стандарте внешнего и внутреннего оформления и содержания офисов Общества.

5.2. Организация очного обслуживания потребителей

Очное обслуживание в центрах (пунктах) обслуживания клиентов Общества должно производиться не менее 40 часов в неделю. Прием

потребителей в центрах обслуживания клиентов производится в рабочее время без перерыва на обед, в пунктах обслуживания потребителей очное обслуживание производится в рабочее время в соответствии с Правилами внутреннего трудового распорядка Общества.

Обслуживание потребителей должно осуществляться в любом офисе обслуживания потребителей вне зависимости от места расположения энергопринимающих устройств потребителя в зоне деятельности гарантирующего поставщика.

Общее время ожидания потребителя в очереди и обслуживания потребителя работником офиса должно составлять не более 30 минут.

Обслуживание в клиентских офисах базируется на принципе «одного окна», который позволяет при обращении к специалисту клиентского офиса решить несколько вопросов без перенаправления потребителя к другим специалистам.

Типовой алгоритм обслуживания потребителя в центрах (пунктах) очного обслуживания:

- потребитель знакомится с информационным стендом и объявлениями, разъясняющими порядок приема;

- при наличии в офисе системы управления электронной очередью потребитель получает талон электронной очереди и ожидает приглашения к специалисту. При неисправности или отсутствии системы управления электронной очередью потребитель обслуживается в порядке живой очереди;

- после вызова потребителя на обслуживание к окну работником офиса обслуживания проводится консультация с целью выявления основных вопросов и потребностей потребителя;

- в случае, если вопрос потребителя выходит за рамки компетенции работника офиса, он перенаправляется с письменным обращением потребителя в профильные структурные подразделения (подразделения) Общества для подготовки письменного ответа потребителю в установленные сроки.

Если суть вопроса не относится к компетенции Общества, необходимо рекомендовать потребителю обратиться для получения информации в другую организацию, в компетенции которой находится решение данного вопроса.

Устанавливаются следующие типовые параметры средней продолжительности взаимодействия с потребителями:

Таблица 1. Параметры средней продолжительности взаимодействия с потребителями

Форма взаимодействия	Критерий	Параметр (среднее значение)
Обслуживание специалистом	Ожидание	10 мин.
	Прием	20 мин.
Обслуживание кассиром	Ожидание в очереди	5 мин.
Прием	Прием	5 мин.
Общее время обслуживания потребителя специалистом		Не более 30 мин.

Обслуживание потребителей основывается на соблюдении работниками Общества положений настоящего Стандарта и Кодекса корпоративной этики и должностного поведения работников АО «Янтарьэнергосбыт».

Обслуживание потребителя может быть приостановлено или прекращено по решению руководителя структурного подразделения (подразделения) или старшего специалиста в случае использования потребителем нецензурных или оскорбительных выражений, а также при нахождении потребителя в состоянии алкогольного, наркотического, токсического или иного опьянения.

5.3. Задачи и функции очного обслуживания потребителей

Задачи очного сервиса Общества – обеспечение качественного обслуживания посредством:

- оптимизации бизнес-процессов очного обслуживания путем сокращения сроков и количества повторных посещений потребителем офисов Общества;
- соблюдения единых стандартов качества обслуживания потребителей, регламентов и требований настоящего Стандарта;
- обеспечения качества обслуживания при оказании услуг и комфортных условий ожидания;
- высокого уровня квалификации работников, непосредственно задействованных в бизнес-процессах оказания услуг потребителям Общества;
- организации комплексного подхода к обслуживанию и развития дополнительных сервисов на площадках центров (пунктов) обслуживания клиентов в соответствии с их ожиданиями.

Общество при осуществлении очного обслуживания потребителей в офисах оказывает услуги (процессы), представленные в Таблице №2 «Перечень услуг (процессов) очного обслуживания».

Таблица 2. Перечень услуг (процессов) очного обслуживания

	Перечень услуг (процессов) очного обслуживания	Сроки
1.	Прием и регистрация очного обращения потребителя, регистрация контактной информации потребителя, предварительная проверка корректности оформления заявок и заявлений, комплектности документов и полноты сведений в заявке в соответствии с требованиями нормативных правовых актов	За одно посещение, в случае комплектности документов и полноты сведений в заявлении
1.1.	Прием жалобы потребителя в письменной форме	За одно посещение
1.2.	Прием заявления на оказание основных услуг в письменной форме, в том числе:	За одно посещение, в случае комплектности документов и полноты сведений в заявлении
1.2.1.	Прием заявления на заключение контрактов (договоров) энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности))	
1.2.2.	Прием заявления на перерасчет платы за потребленную электроэнергию	
1.2.3.	Прием заявления на опломбировку, распломбировку, проверку схемы подключения прибора учета	
1.2.4.	Прием заявления о необходимости снятия контрольных показаний прибора учета	

1.2.5.	Прием заявления о переносе денежных средств	
1.2.6.	Прием заявления на заключение соглашения о реструктуризации задолженности	
1.2.7.	Прием заявления на выдачу документов из архива	
1.2.8.	Прием заявления на установку/замену прибора учета	
1.2.9.	Прием заявлений об изменении/ уточнении контактных данных по договору энергоснабжения	
1.3.	Прием заявок на оказание дополнительных услуг, проверка соблюдения требований к форме, полноте сведений в заявке и наличия документов, приложенных к заявке, в соответствии с нормативными правовыми актами и организационно-распорядительными документами	За одно посещение, в случае комплектности документов и полноты сведений в заявлении
1.4.	Прием сообщений о бездоговорном (безучетном) потреблении электрической энергии	За одно посещение
1.5.	Прием заявлений на доставку платежного документа в электронной форме	За одно посещение
2.	Прием показаний приборов учета электрической энергии	За одно посещение
3.	Предоставление справочной информации о деятельности Общества по вопросам оказания услуг, в том числе предоставление типовых форм документов	За одно посещение
4.	Предоставление консультаций по вопросам расчетов	За одно посещение
5.	Выдача документов потребителям, в том числе договоров энергоснабжения, дополнительных соглашений, квитанций, счетов-фактур, документов по результатам оказанных услуг (актов)	За одно посещение
6.	Прием платежей за электроэнергию, в том числе за оказание дополнительных услуг, ограничение/возобновление подачи электрической энергии	За одно посещение
7.	Выдача индивидуального логина и пароля для доступа в личный кабинет	За одно посещение
8.	Проведение целевых опросов, анкетирования потребителей для изучения рынка потенциальных дополнительных сервисов, перспективных направлений развития клиентского сервиса Общества, удовлетворенности потребителей качеством оказываемых услуг	В соответствии с внутренними и организационно-распорядительными документами Общества
9.	Формирование статистической отчетности по работе с очными обращениями потребителей	В соответствии с внутренними и организационно-распорядительными документами Общества
10.	Контроль качества очного обслуживания	В соответствии с внутренними и организационно-распорядительными документами Общества
11.	Организация и проведение PR-кампаний на площадке ЦОК, направленных на формирование положительного имиджа Общества.	В соответствии с внутренними и организационно-распорядительными документами Общества

Раздел 6. Организация заочного и интерактивного обслуживания

Заочное и интерактивное обслуживание экономит время потребителей, минимизирует число личных визитов в центры (пункты) обслуживания клиентов

Общества, а также оптимизирует процессы обслуживания потребителей, снижает издержки.

Система заочного и интерактивного обслуживания включает в себя следующие каналы взаимодействия:

- Call-центр;
- почтовая переписка;
- сервис на сайте Общества «Интернет-приемная»;
- Личный кабинет клиента;
- публичные страницы Общества в социальных сетях;
- ГИС ЖКХ;
- электронный документооборот;
- чат-бот;
- IVR (автоответчик).

6.1. Организация деятельности Call-центра

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

Инфраструктурными компонентами Call-центра являются:

- телекоммуникационное оборудование и технологическая архитектура;
- программное обеспечение;
- операторы Call-центра, осуществляющие обработку входящих/исходящих вызовов.

Для достижения оптимального заочного сервиса в Обществе с учетом специфики работы энергосбытовой компании Call-центр реализуется в форме корпоративного Call-центра или корпоративного Call-центра по требованию: то есть работники - операторы входят в состав структурных подразделений (подразделений) Общества, а техническая инфраструктура Call-центра находится в собственности Общества или размещается на базе оборудования аутсорсинговой компании (провайдера).

Технологическая архитектура центра обработки телефонных вызовов, включая такие характеристики как количество каналов связи, их пропускную способность, наличие методов их резервирования, непрерывность деятельности и аварийного восстановления, определяется из требований нормативных правовых актов и спроса со стороны потребителей на телефонное обслуживание.

Для звонка в Call-центр в Обществе действуют три телефонных номера:

– 8 (4012) 605-885 - номер, предусматривающий возможность принимать звонки потребителей, находящихся на территории города Калининграда и имеющих стационарные телефоны или мобильные телефоны;

– 8 (800) 250-84-58 - единый номер формата (8-800), предусматривающий возможность принимать звонки потребителей, находящихся на территории Калининградской области и имеющих стационарные телефоны или мобильные телефоны локальных операторов, без взимания с них дополнительной платы за междугороднее соединение.

– 8 (4012) 605-794, номер, для обращения потребителей - юридических лиц, предусматривающий возможность принимать звонки потребителей, находящихся на территории города Калининграда и имеющих стационарные телефоны или мобильные телефоны.

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

- прием и обработку всех входящих телефонных вызовов в Общество;
- осуществление исходящих телефонных вызовов для информирования потребителей и предоставления информации по обращениям потребителей;
- ведение аудиозаписи всех входящих и исходящих разговоров с потребителями, о чем каждый потребитель уведомляется в начале разговора;
- доступность и надежность телефонных каналов связи.

Типовой алгоритм заочного обслуживания по телефону:

1. Потребитель прослушивает справочную информацию в системе интерактивного голосового меню (IVR);
2. После выбора потребителем категории «соединение с оператором», предоставление ответа оператором;
3. Обработка ответа оператором.

Устанавливаются следующие типовые параметры деятельности Call-центра:

Таблица 3. Параметры деятельности Call-центра

Форма взаимодействия	Критерий	Параметр (среднее значение)
Телефонное обслуживание оператором	Время ожидания ответа	3 мин.
	Запрос и поиск информации о потребителе	1 мин.
	Предоставление информации по запросу	5 мин.
	Постобработка обращения	1 мин.

При телефонном обслуживании потребителя по номерам Call-центра осуществляется запись переговоров между работником Общества и потребителем, о чем потребитель предупреждается в начале телефонного разговора.

Прием вызовов операторами Call-центра осуществляется не менее 5 дней в неделю (общей продолжительностью не менее 8 часов в сутки). В неприёмное время функции заочного обслуживания частично выполняет интерактивная информационно-справочная система IVR.

6.2. Задачи и функции обслуживания посредством телефонной связи

Целью Call-центра является повышение эффективности прямой и обратной связи компании с потребителями для обеспечения лояльности потребителей Общества.

Задачами единого корпоративного Call-центра Общества являются:

- качественное и оперативное обслуживание всех входящих вызовов от потребителей по всем вопросам деятельности Общества;

- адресное информирование потребителей, в том числе автоинформирование (автообзвон);

- осуществление исходящих вызовов с целью предоставления ответа по запросу потребителя, адресное информирование потребителей с целью напоминания о наличии задолженности и выяснении причин ее возникновения, проведения опроса потребителей для изучения рынка потенциальных дополнительных сервисов, перспективных направлений развития клиентского сервиса компании, удовлетворенности потребителей качеством оказываемых.

Общество при осуществлении обслуживания потребителей посредством телефонной связи оказывает услуги (процессы), представленные в следующей таблице.

Таблица 4. Перечень услуг (процессов) обслуживания посредством телефонной связи

	Перечень услуг (процессов) заочного обслуживания посредством телефонной связи	Сроки
1.	Прием и обработка входящих вызовов с использованием интерактивных голосовых меню IVR-системы «Системы самообслуживания»: ввод текущих показаний прибора учета, общая справочная информация и т.д.	При телефонном вызове потребителя
2.	Прием и обработка входящих вызовов от потребителей с запросом справочной информации и консультаций по вопросам:	При телефонном вызове потребителя
2.1.	- заключение контрактов (договоров) энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности))	
2.2.	- ограничение/возобновление режима потребления электроэнергии	
2.3.	- расчеты за потребленную электроэнергию	
2.4.	- оформление заявки на опломбировку, распломбировку, проверку схемы подключения прибора учета	
2.5.	- оформление заявки на снятие контрольных показаний прибора учета	
2.6.	- предоставление справочной информации об оказании дополнительных услуг	
3.	Осуществление исходящих вызовов для уведомления потребителей или предоставления информации по обращению потребителя, в т.ч. о готовности контрактов (договоров) энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности))	При телефонном вызове потребителя
4	Прием показаний приборов учета	При телефонном вызове потребителя
5.	Прием сообщений о бездоговорном (безучетном) потреблении электрической энергии	При телефонном вызове потребителя
6.	Прием и обработка входящих вызовов от потребителей, содержащих жалобу, и предоставление ответа потребителю	При телефонном вызове потребителя
7.	Автоинформирование посредством автообзвона о наличии задолженности потребителя, текущих акциях компании и пр.	По факту наступления иницилирующего события

8.	Проведение целевых опросов, анкетирования потребителей для изучения рынка потенциальных дополнительных сервисов, перспективных направлений развития клиентского сервиса Общества, удовлетворенности потребителей качеством оказываемых услуг	В соответствии с планом проведения целевых опросов и анкетирования
9	Актуализация базы данных по потребителям	В соответствии с планом актуализации базы данных по потребителям

6.3. Организация интерактивного обслуживания

Интерактивное обслуживание организуется на базе веб-сайта компании. Иерархическая структура размещенной на веб-сайте информации должна быть интуитивно понятна пользователю.

Официальный сайт Общества.

На сайте компании должны быть размещены:

- нормативная база (нормативные правовые акты, постановления органов тарифного регулирования и др.);
- контакты компании, телефоны и адреса электронной почты структурных подразделений (подразделений) компании;
- перечень документов, необходимых для заключения договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)), порядок его заключения, а также порядок получения информации о состоянии процесса заключения договора;
- формы договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности), формы договора купли-продажи электрической энергии, произведенной на объектах микрогенерации;
- разработанные и внедренные стандарты качества обслуживания потребителей (покупателей) и изменения указанных стандартов;
- порядок и условия внесения платежей за электрическую энергию;
- порядок и условия приема показаний приборов учета;
- действующие тарифы и льготы;
- последствия нарушения обязательств по оплате электрической энергии в виде введения полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии;
- полезная информация: энергосбережение, советы по безопасной работе с электроэнергией в быту и пр.;
- наиболее часто задаваемые вопросы, возникающие у потребителей, и ответы на них.

Интернет-приемная.

Подраздел «Интернет-приемная» является информационно-интерактивным сервисом компании и обеспечивает прямую и обратную связи с потребителями. Интернет-приемная позволяет потребителю направить обращение, жалобу, заявку на оказание услуг. В данном подразделе располагается электронная форма с полями для заполнения потребителем следующей информации: контактная информация потребителя, тема обращения,

суть обращения/жалобы. В подразделе обеспечена возможность прикреплять файлы с расширением jpg и pdf.

Личный кабинет клиента.

Подраздел «Личный кабинет клиента» представляет совокупность адресных информационно-интерактивных сервисов в части взаимодействия с потребителями.

Для обеспечения адресности и удобства использования Личного кабинета могут быть реализованы различные типы интерфейсов в зависимости от категории потребителей (физические и юридические лица). Доступ в Личный кабинет осуществляется по индивидуальному логину и паролю, которые предоставляются при заключении договора энергоснабжения, при обращении в отделения и центры обслуживания клиентов Общества или при самостоятельной регистрации потребителя в Личном кабинете клиента. В Личном кабинете клиента реализуется следующий функционал:

- просмотр статистики начислений и оплат за потребленную электроэнергию по лицевому счету потребителя;
- ввод текущих показаний приборов учета электрической энергии;
- распечатка счетов квитанций для оплаты электроэнергии;
- оплата счета с помощью банковской карты;
- возможность оставить обращение.

6.4. Общая схема работы с обращениями потребителей

Любое обращение в Общество (при очном обращении, в письменной, электронной форме, через Службу поддержки пользователей, Личный кабинет, Интернет-приёмную, ГИС ЖКХ) регистрируется в системе «1С: Документооборот».

При регистрации обращения фиксируется контактная информация потребителя, дата поступления обращения и входящий регистрационный номер обращения. Заполняется карточка входящего обращения.

Принципы управления документацией, в т. ч. ее первичная обработка, регистрация, рассмотрение, подготовка и отправка ответа, сроки исполнения определяются и утверждаются в локальных нормативных актах Общества.

На полученное письмо в установленном порядке и в установленный срок направляется ответ, содержащий конкретную информацию по сути заданного вопроса, Ф.И.О. и телефон исполнителя и подписанный уполномоченным лицом. Ответ направляется по тому же каналу связи, по которому обращение было получено от потребителя, если в письме не указано иное.

При регистрации обращений должен соблюдаться принцип однократности: каждое обращение потребителя регистрируется один раз.

Ответ на письменное обращение потребителя должен содержать конкретную информацию по сути вопроса, заданного потребителем, Ф.И.О. и контактные данные исполнителя и быть подписан уполномоченным лицом.

Обращение потребителя направляется в департамент безопасности, если:

- обращение содержит угрозы жизни, здоровью и имуществу

должностного (ответственного) лица Общества, а также членов его семьи;

– обращение содержит сведения о подготавливаемом, совершаемом или совершенном противоправном деянии, а также о лице, его подготавливающем, совершающем или совершившим.

В случае если изложенные в обращении потребителя вопросы не относятся к компетенции Общества, потребитель информируется о невозможности предоставления ему ответа по существу изложенных в обращении вопросов.

Устанавливаются следующие типовые параметры средней и предельной продолжительности взаимодействия с потребителями:

Таблица 5. Сроки предоставления ответов на обращения

№ пп	Вид обращения	Сроки предоставления ответов
1	Письменное обращение на бумажном носителе всех групп потребителей	30 календарных дней, в случае если иное не предусмотрено законодательством Российской Федерации
2	В форме электронного документа с использованием официального сайта/электронной почты: - запрос справочной информации/консультации; - жалобы (претензии)	30 календарных дней, в случае если иное не предусмотрено законодательством Российской Федерации
3	Жалоба потребителя, принятая при обращении в ЦОК	30 календарных дней, в случае если иное не предусмотрено законодательством Российской Федерации
4	Обращение органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, вышестоящих и надзорных организаций о предоставлении документов и материалов, необходимых для рассмотрения обращения потребителя	15 календарных дней или в срок, указанный в обращении
5	Обращение, не относящееся к компетенции Общества, в том числе обращения, в которых обжалуется судебное решение Обращение, текст которого не поддается прочтению, но наименование заявителя и контактная информация поддается прочтению	7 календарных дней

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

а) если обращение содержит нецензурные либо оскорбительные выражения;

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

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

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

В исключительных случаях Общество вправе продлить срок рассмотрения обращения не более чем на 30 календарных дней, уведомив о продлении срока его рассмотрения потребителя, направившего обращение.

6.4.1. Работа с обращениями, полученными через публичные страницы

Общество для привлечения широкой аудитории потребителей и обеспечения большого количества каналов обратной связи создает публичные страницы Общества в социальных сетях в сети Интернет.

Данные публичные страницы являются официальными страницами Общества, содержат необходимую справочную информацию об Обществе (адрес, сайт, режим работы), а также позволяют пользователям социальных сетей задавать работникам Общества интересующие их вопросы, а также оставлять свои отзывы о деятельности Общества.

Порядок обработки заявок или отзывов, поступающих через страницы Общества в социальных сетях (страница ВКонтакте), отзывы в поисковой системе Яндекс, Google, 2ГИС):

1) Мониторинг (в ежедневном режиме) и обработка запросов (заявок, отзывов), поступающих через страницы Общества в социальной сети ВКонтакте осуществляется работниками отдела маркетинга.

Срок предоставления ответов в социальных сетях - не более 3 рабочих дней со дня получения обращения. При составлении ответа на запрос по конкретному лицезовому счету потребителя он перенаправляется работнику Общества, отвечающему за соответствующее направление деятельности.

Срок предоставления ответа на запрос из социальных сетей, переданный работником отдела маркетинга, – не более 1 рабочего дня с момента получения запроса. В исключительных случаях, требующих дополнительной обработки запроса или получения сведений из других источников, срок продлевается с соответствующим уведомлением потребителя об этом.

2) Обработка заявок и отзывов в поисковых системах (Яндекс, Google, 2ГИС) производится в следующем порядке:

- мониторинг поступивших запросов (заявок, отзывов) в поисковых системах (Яндекс, Google, 2ГИС) со стороны отдела маркетинга;
- формирование ответа на запрос работником отдела маркетинга;
- направление проекта ответа на согласование (при необходимости);
- размещение ответа на запрос работниками отдела маркетинга.

Ответственность за процесс обработки вышеуказанных запросов несет отдел маркетинга.

6.4.2. Работа с обращениями, полученными через ГИС ЖКХ

Как гарантирующий поставщик электроэнергии, Общество представлено в государственной информационной системе жилищно-коммунального хозяйства (ГИС ЖКХ) в качестве поставщика услуг энергоснабжения.

В ГИС ЖКХ потребителям предоставляются следующие возможности:

- внесение показаний приборов учета;
- направление обращения, в том числе уточнение о задолженности;
- оплата жилищно-коммунальных услуг.

Для осуществления данных возможностей потребителю необходимо зарегистрироваться в личном кабинете в ГИС ЖКХ.

Порядок обработки обращений, поступающих через ГИС ЖКХ:

- ежедневный мониторинг поступивших обращений;
- регистрация обращений;
- формирование ответов на обращения, регистрация ответов и отправка их потребителям через систему ГИС ЖКХ.

6.4.3. Организация электронного документооборота

Договоры энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)), счета-фактуры, акты приема-передачи и другие документы могут быть направлены потребителям посредством электронного документооборота (ЭДО). Для перехода на электронный документооборот потребители должны иметь сертификат квалифицированной электронной подписи (ЭЦП) и зарегистрироваться в системе электронного документооборота на сайте **sbis.ru**, либо иных операторов ЭДО, посредством организации роуминга («роуминговых ящиков», через которые будет возможен обмен документам между операторами). После регистрации на электронный адрес потребителя поступает соглашение о переходе на ЭДО, которое потребитель должен подписать с использованием ЭЦП. После подписания дополнительного соглашения к договору и соглашения об ЭДО Общество направляет в адрес потребителя подписанные электронной подписью через оператора ЭДО расчетно-платежные документы по действующим договорам энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)).

Информация о порядке ЭДО размещена на сайте Общества.

Раздел 7. Требования к этикету при обслуживании потребителей

7.1. Общие требования делового этикета

Правила делового этикета рассчитаны на то, что в каждом конкретном случае их применяют, исходя из ситуации. Неизменным в любой ситуации остается уважение к потребителю, здравый смысл и рациональность поведения работника подразделения по взаимодействию с потребителями. Работники структурных подразделений (подразделений), в компетенцию которых входит

взаимодействие с потребителями, в своем лице представляют Общество и его отношение к потребителю.

Элементарные правила, которых должен придерживаться работник:

- работник должен оперативно и качественно обслуживать потребителя; работник должен стремиться обеспечить максимальный эмоциональный комфорт для потребителя;

- составляющими высокой коммуникативной культуры общения работника с потребителем являются: предупредительность, тактичность, вежливость, доброжелательность и спокойствие;

- работнику следует использовать слова «спасибо» и «пожалуйста»;

- работник всегда первым приветствует потребителя;

- исключается обращение к потребителю по половому признаку – «мужчина»/«женщина»;

- работник в процессе общения обращается к потребителю по имени и отчеству и на «Вы» вне зависимости от его возраста и социального положения. Работник относится ко всем потребителям равно и выдержанно вне зависимости от личных симпатий и антипатий;

- работник должен уважать точку зрения потребителя вне зависимости от того, разделяет он ее или нет. Не допускается явно навязывать свою точку зрения, игнорировать высказывания потребителя или перебивать;

- особое внимание следует уделять работе с жалобами потребителей: необходимо внимательно выслушать потребителя и выразить готовность разобраться в возникшей ситуации.

Профессиональные термины при общении с потребителем работник должен употреблять в меру и только в тех случаях, когда уверен в том, что потребитель полностью понимает его.

При взаимодействии с потребителем работник не должен предоставлять заведомо ложную информацию либо дезориентировать его иными способами. Если у работника нет полной уверенности в точности передаваемой потребителю информации, ему необходимо ее перепроверить. Если для выяснения деталей требуется значительное время, то работнику следует предложить потребителю связаться для получения информации повторно (при этом указать точное время) или предложить альтернативный канал получения информации.

Работник, во избежание случайного предоставления ложной информации, не вправе консультировать потребителя по вопросам, требующим специальных знаний, выходящих за пределы его компетенции.

В случае если работник не обладает необходимой компетенцией, чтобы решить проблему обратившегося к нему потребителя, он должен:

- пригласить к потребителю компетентного специалиста, для того, чтобы удовлетворить просьбу потребителя;

- задать направления поиска (предоставить телефон справочной службы, название организации и т.п.).

Личное общение с потребителем является важным элементом корпоративной культуры компании. При очном обслуживании работник

должен стремиться к максимальной продуктивности обслуживания, выраженной в минимальном количестве активных контактов.

Работник должен до конца выяснить вопрос, по которому обратился потребитель, и предложить оптимальный вариант решения его проблемы, чтобы потребителю не пришлось обращаться повторно.

При обсуждении принципиально важных или спорных моментов работнику необходимо получить подтверждение, понял ли его потребитель. Повторяя ключевые фразы беседы, нужно убедиться, что стороны пришли к согласию относительно дальнейших действий потребителя. В случае сомнения, перефразируя ключевые фразы беседы, уточнить понимание. Рекомендуется предоставлять потребителю важную или сложную для запоминания информацию в письменном виде. В письменном виде указываются перечни документов, дата следующего посещения, телефон Call-центра.

Работник должен демонстрировать доброжелательное отношение к потребителю манерой общения, приветствия, улыбкой и т.п. В конце общения работнику необходимо поблагодарить потребителя за визит.

Нормы и правила служебного этикета предписывают работнику воздерживаться от разговора по телефону, игнорируя присутствие посетителя.

Работник при провоцировании потребителем конфликтной ситуации должен проявлять эмоционально-психологическую устойчивость, не позволяя втянуть себя в конфликт, предпринимать все возможные меры к его разрешению и пресечению конфликта.

Руководители структурных подразделений (подразделений) Общества обязаны не допускать к работе с потребителями работников без ознакомления под роспись с требованиями настоящего Стандарта при обслуживании потребителей.

7.2. Требования к деловому этикету при телефонных переговорах

Телефонные переговоры являются важным элементом корпоративной культуры компании. Работник, отвечающий на телефонный вызов, формирует соответствующий имидж компании у потребителей.

Отвечать на входящий телефонный вызов оператору Call-центра необходимо своевременно.

При осуществлении исходящего вызова оператору необходимо прекратить попытки выйти на связь после четвертого сигнала телефонного аппарата.

Оператору следует вести телефонный разговор таким образом, чтобы проблема каждого потребителя была решена, и у него осталось приятное впечатление о компании.

Речь оператора должна быть четкой, чтобы потребитель хорошо слышал и понимал.

Оператору Call-центра следует следить за скоростью своей речи, так как слишком быстрая или слишком медленная речь затрудняют общение.

Оператору рекомендуется использовать приемы активного слушателя, поддерживая постоянную связь с собеседником посредством слов и междометий.

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

Оператор должен быть лаконичен, четок в изложении информации, не употреблять лишних слов, не допускать продолжительных пауз. Телефонный разговор должен быть содержательным, но кратким.

Если оператор не может сразу ответить на вопрос потребителя, необходимо зарегистрировать контактные данные потребителя и предоставить ответ позднее.

Запрещено посвящать потребителя при телефонных переговорах в дела и проблемы коллег, комментировать их действия.

Не рекомендуется вести телефонные переговоры по громкой связи. Если потребитель ожидает на линии, оператор не должен разговаривать с другими работниками либо с потребителями в офисе. При наличии технической возможности звонок необходимо перевести на удержание с музыкальным сопровождением.

В конце общения оператору/работнику необходимо поблагодарить потребителя за звонок.

7.3. Требования к этикету деловой переписки

Деловая переписка осуществляется посредством почтовой связи, автоматизированной системы управленческого документооборота и электронной почты.

При направлении письма АО «Почта России» письмо оформляется и направляется в соответствии с внутренними стандартами документооборота. При направлении письма по электронной почте работник всегда кратко указывает его тему. Длина письма должна соответствовать характеру общения: если работник просто отвечает на вопрос, то он должен делать это кратко и по существу.

Письмо необходимо начинать с уважительного обращения к адресату по имени и отчеству.

Ответ рекомендуется составлять из двух частей:

1) констатирующая часть – указывается краткое содержание полученного обращения (жалобы), а также приводятся факты, причины, основания и цели составления документа. При необходимости в данной части устанавливается взаимосвязь с нормативной документацией по данному вопросу;

2) результирующая часть – излагается непосредственно ответ потребителю, решения по обращению (жалобе).

Ответ не должен содержать ссылки, отражающие проблемы Общества (отсутствие финансовых средств, кадров и т.д.), вызывающие неудовлетворенность потребителя, неконкретные и неопределенные сроки, или сроки решения проблем потребителя, превышающие длительность более года.

Ответ подписывается должностным лицом, на имя которого поступило обращение потребителя. Подпись должна идентифицировать работника (ФИО, должность, структурное подразделение (подразделение) и содержать данные об альтернативных каналах связи (например, телефон Call-центра или факс).

7.4. Требования к внешнему виду и форме одежды работников

Корпоративный имидж Общества складывается в том числе из поведения и внешнего вида его работников, поэтому каждый работник должен соблюдать правила делового этикета, носить одежду, соответствующую обстоятельствам (деловую – в офисе, рабочую спецодежду – на производстве).

Традиционный деловой стиль одежды является обязательным стандартом внешнего вида работника Общества. Главное в деловом стиле – умеренность в деталях, гармоничное сочетание аксессуаров, одежды и обуви.

Деловой стиль одежды способствует самодисциплине работников, настраивает на создание конструктивной деловой атмосферы и эффективное выполнение своих профессиональных задач. Потребители воспринимают представительный внешний вид работников, как проявление уважения к ним, признак надежности и благополучия Общества.

Одежда работника должна быть чистой и аккуратной, спокойных тонов, выдержанная в деловом стиле: костюм или юбка, брюки, жилет, пиджак или жакет – однотонных расцветок, белая (светлая) блузка (у женщин) и рубашка (у мужчин).

Недопустимы сильно потертая или обветшалая одежда, одежда с дырками, а также одежда, открывающая живот и спину, с бахромой и топы на бретельках, глубоко декольтированные наряды.

Обувь работника должна быть чистой и аккуратной, цвет обуви должен гармонировать с цветом одежды.

Работник, обслуживающий потребителя, должен носить бейдж, оформленный в корпоративном стиле, в соответствии с утвержденным брендбуком, в течение всего рабочего дня. Бейдж содержит наименование Общества, Ф.И.О. и должность работника. Допускается вместо бейджа размещение на столе в прямой видимости потребителя таблички с наименованием Общества, Ф.И.О. и должности работника.

Инженерно-технические работники, трудовые функции которых предполагают их местонахождение вне Общества, получают специальную одежду. Для категорий работников, находящихся за пределами Общества, ношение специальной одежды обязательно во все без исключения рабочие дни.

В структурных подразделениях контроль за соблюдением данного положения возлагается на их руководителей. Это означает, что руководитель структурного подразделения имеет право тактично напомнить работнику о данных правилах.

Недопустимы действия, способные причинить ущерб репутации Общества и/или репутации работников Общества, в том числе пренебрежительное обращение с символикой Общества и использование фирменной одежды и атрибутики неподобающим образом.

Глава 3. МОНИТОРИНГ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Система обслуживания потребителей в Обществе организуется таким образом, чтобы обеспечить оптимальный баланс качества и эффективности обслуживания и удовлетворения требований потребителей в соответствии с законодательством Российской Федерации и условиями договора.

Для обеспечения высокого уровня сервиса и качества обслуживания Общество постоянно совершенствует систему обратной связи с потребителями, предоставляет ответы на поступившие обращения, консультирует потребителей по проблемным ситуациям, а также проводит оценочные мероприятия и опросы.

Оценка результатов мониторинга производится в текущем режиме. По результатам проведенного анализа составляется план корректирующих мероприятий.

Исходя из приоритетов и принципов организации обслуживания потребителей, ключевыми критериями оценки качества обслуживания являются:

- снижение количества обращений потребителей по каналам очного и заочного обслуживания;
- снижение доли очного обслуживания потребителей в общем объеме обслуживания;
- минимизация времени, затраченного потребителем на получение услуги;
- соответствие времени реагирования на жалобы и устранения выявленных недостатков в работе с потребителями времени, установленному данным Стандартом;
- соблюдение требований к качеству предоставления услуг;
- соблюдение установленных сроков по всем процедурам взаимодействия;
- соблюдение полноты, актуальности и достоверности информации;
- обеспечение мультиканальности предоставления информации;
- обеспечение ситуативного обновления информационной базы знаний по мере изменения информации или наступления события.

Для получения и анализа мнения потребителей о качестве предоставляемых услуг и контроля качества обслуживания потребителей в Обществе проводятся следующие мероприятия:

- опросы и анкетирование потребителей в центрах (пунктах) обслуживания клиентов;
- контрольные звонки в Call-центр для оценки качества обслуживания по методу «Тайный покупатель»;
- специальные очные проверки с использованием метода «Тайный покупатель».

Отчеты по итогам изучения степени удовлетворенности потребителей доводятся до сведения руководства Общества и других заинтересованных сторон. Каждое из мероприятий по оценке и контролю качества обслуживания регламентируется соответствующими внутренними документами Общества.

Проводится аудио- и видеоконтроль в местах обслуживания потребителей (в центрах обслуживания клиентов).

Мероприятия по контролю качества обслуживания потребителей нацелены на оценку качества сервиса, предоставляемого потребителям, в частности:

- компетентность и профессионализм работников;
- качество обслуживания;
- стрессоустойчивость работников, поведение работников в конфликтных ситуациях, умение разрешать конфликтные ситуации;
- уровень профессиональных знаний работников;
- внешний вид работников (опрятность, чистота, форма одежды);
- общая обстановка в помещении (чистота, порядок, температура, отсутствие запахов);
- вежливость работников;
- речь работников (грамотность, понятность, использование специальных терминов);
- умение работать с информационной базой;
- соответствие действий работников инструкциям и настоящему

Стандарту;

- умение работать с жалобами;
- оперативность обслуживания;
- взаимодействие работников между собой и т.д.

Для оценки качества обслуживания в Обществе организуется обратная связь с потребителями. Обращение потребителя по любым каналам связи в адрес Общества является бесплатным.

Обратная связь подразделяется на:

- благодарности,
- предложения,
- отзывы о деятельности,
- претензии и жалобы.

Обратная связь принимается по следующим каналам связи:

- устные и письменные обращения потребителей;
- обращения, отправленные через сервис «Интернет-приёмная» и «Личный кабинет» на сайте Общества;
- телефонные обращения;
- письменные обращения через АО «Почта России»;
- письменные обращения по электронной почте;
- письменные обращения через социальные сети;
- письменные обращения через книгу отзывов и предложений;
- очное анкетирование в центрах (пунктах) обслуживания потребителей.

Специалисты Общества систематизируют и анализируют направленные потребителями жалобы, предложения и отзывы и определяют степень удовлетворенности потребителей деятельностью Общества. Отчеты по итогам изучения степени удовлетворенности потребителей доводятся до сведения руководства Общества и заинтересованных лиц.