

**ООО «Газпром энергосбыт Брянск»**

УТВЕРЖДЕН  
Решением совета директоров  
ООО «Газпром энергосбыт Брянск»  
Протокол № 09/22  
«21» ноября 2022 г.

**Стандарт №  
Обслуживание клиентов**

**Брянск-2022**

## Оглавление

I. Общие положения.....	4
Область применения.....	4
Нормативные ссылки.....	4
Термины, применяемые в Стандарте .....	4
Цели и задачи .....	4
Ответственность.....	5
Порядок внесения изменений в Стандарт .....	6
II. Требования к процессам взаимодействия с клиентами .....	6
Ценности и принципы взаимодействия с клиентами .....	6
Принципы обеспечения качества обслуживания клиентов .....	7
III. Организация системы очного обслуживания.....	9
Требования к персоналу при организации очного клиентского обслуживания.....	9
Общие положения.....	9
Подготовка к работе и требования к содержанию рабочего места.....	9
Требования к содержанию рабочего места .....	9
Требования к использованию личного мобильного телефона .....	10
Требования к внешнему виду персонала ЦОК .....	10
Правила обслуживания клиентов при предоставлении основных и неосновных видов деятельности Компании .....	11
Организация приема клиентов в ЦОК МРО/ГО .....	15
IV. Организация системы заочного обслуживания .....	18
Инфраструктура заочного обслуживания.....	18
Заочное обслуживание по телефону Контактного центра.....	18
Заочное обслуживание по телефону сотрудниками структурных подразделений по работе с клиентами – юридическими лицами .....	19
Общие требования к ведению телефонных переговоров.....	20
Правила ответа на входящий телефонный вызов .....	21
Правила совершения телефонного звонка.....	21
Заочное обслуживание клиентов посредством почтовой переписки .....	23
V. Организация системы интерактивного обслуживания .....	24
Общие требования к интерактивным сервисам клиентского обслуживания.....	24
Сервисы обратной связи с клиентами.....	26
Сервис «Личный кабинет клиента» в сети Интернет .....	26
«Интернет-приемная» корпоративного сайта .....	27
Служба доверия.....	28

Корпоративная электронная почта.....	28
VI. Информационное взаимодействие с клиентами .....	28
VII. Мониторинг и контроль качества обслуживания клиентов .....	30
Мониторинг удовлетворенности клиентов .....	30
Анализ обратной связи с клиентами .....	31
VIII. Перечень приложений .....	32

## **I. Общие положения**

### **Область применения**

1. Настоящий Стандарт обслуживания клиентов ООО «Газпром энергосбыт Брянск» (далее по тексту – Стандарт), обладающего статусом гарантирующего поставщика, является внутренним нормативным документом, устанавливающим базовые требования по взаимодействию с клиентами в рамках реализации услуг, и включает правила и характеристики очного, заочного и интерактивного обслуживания.
2. Стандарт разработан в целях повышения качества обслуживания клиентов ООО «Газпром энергосбыт Брянск» (далее – Компания, Общество). Применение положений Стандарта при обслуживании клиентов является обязательным.
3. В целях обеспечения исполнения требований настоящего Стандарта, действия персонала регламентируются действующим законодательством и внутренними локальными актами Компании.

### **Нормативные ссылки**

4. Настоящий Стандарт разработан на основе требований, установленных действующим законодательством РФ в области электроэнергетики, в том числе:
  - а) Постановления Правительства РФ от 04 мая 2012 г. № 442 «О функционировании розничных рынков электроэнергии, полном и (или) частичном ограничении 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**

5. Сокращения и термины, применяемые в настоящем Стандарте, приведены в Глоссарии к внутренней документации, а также в приложении 1 к Стандарту.

### **Цели и задачи**

6. Целью настоящего Стандарта является обеспечение удовлетворенности ожиданий клиентов. Достижение данной цели основано на реализации клиентоориентированного подхода.
7. Основная цель клиентоориентированного подхода - формирование лояльности клиентов к Компании за счет качественного обслуживания и удовлетворения запросов потребителей услуг в краткосрочной и долгосрочной перспективе.
8. 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;
  - в) постоянного совершенствования норм и правил взаимодействия Компании с клиентами.
9. 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;
- в) увеличения номенклатуры и повышение качества востребованных клиентами сервисов и услуг.

10. 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:

1) анализ рынка:

- а) анализ потребностей клиентов, как заявленных, так и ожидаемых, посредством маркетинговых исследований и централизованной обработки обращений клиентов;

2) продажа электроэнергии (услуг) клиентам:

- а) организация работ по заключению/расторжению и исполнению договоров энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии), а также иных договоров с клиентами;

3) сервисное обслуживание:

- а) обеспечение «обратной связи» с клиентами посредством обработки и принятия решений на поступающие обращения;
- б) обеспечение информационной доступности и информированности клиентов о деятельности Компании.

11. Следование нормам настоящего Стандарта направлено:

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

## **Ответственность**

12. Стандарт является обязательным для исполнения сотрудниками всех структурных подразделений Компании, в том числе руководством Компании.

13. 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 директора филиала «Брянскэнергосбыт» ООО «Газпром энергосбыт Брянск», ответственного за оказание услуг по основному виду деятельности Общества – продажа электроэнергии (мощности) в зоне деятельности гарантирующего поставщика электроэнергии (мощности).

14. 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 директора филиала «Брянскэнергосбыт» ООО «Газпром энергосбыт Брянск».

15. 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.

16. Непосредственные функции по взаимодействию с клиентами осуществляются на уровне центров обслуживания клиентов межрайонных/ городского отделения (далее – ЦОК МРО/ГО), руководители которых несут ответственность за исполнение требований в соответствии с настоящим Стандартом и внутренними организационно-распорядительными документами Компании. Каждое межрайонное отделение 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.

17. С целью проведения мониторинга выполнения бизнес-процессов в соответствии с требованиями Стандарта в Компании созданы структурные подразделения, ответственные за организацию деятельности по обеспечению клиентской поддержки в Компании.

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

### **Порядок внесения изменений в Стандарт**

19. Стандарт утверждается решением совета директоров ООО «Газпром энергосбыт Брянск».

20. Изменения и дополнения в Стандарт вводятся в действие решением совета директоров ООО «Газпром энергосбыт Брянск».

## **II. Требования к процессам взаимодействия с клиентами**

### **Ценности и принципы взаимодействия с клиентами**

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

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

23. 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 расчетно-кассового обслуживания.

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

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

- а) **Доступность обслуживания.** Для очного обслуживания Компания обеспечивает территориальную доступность офисов клиентоориентированного формата, что позволяет организовать должный уровень комфорта и на месте решить запросы клиентов в максимально короткие сроки. Для заочного и виртуального обслуживания – прием обращений клиентов через удаленные сервисы (по телефону, по электронной почте, через сайт, сервис «Личный кабинет клиента»), направленные на получение клиентом информации об услугах, предоставление необходимой информации для их

получения и непосредственно предоставление требуемой услуги или подтверждение возможности ее предоставления в указанное время.

- б) **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.
- в) **Объективность.** Клиентам обеспечивается объективное и непредвзятое рассмотрение обращений в установленные законодательством сроки, исходя из принципа добросовестности клиента.
- г) **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.
- д) **Единообразие требований** к качеству предоставления услуг для всех структурных подразделений Компании, соблюдение установленных сроков по всем процедурам взаимодействия;
- е) **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 сервиса «Личный кабинет клиента»;
- ж) **Оперативность реагирования** на обращения и устранения выявленных недостатков в работе с клиентами;
- з) **Полнота, актуальность и достоверность** предоставляемой информации;
- и) **Многоканальность** предоставления информации;

26. Клиентам обеспечивается защита персональных данных в соответствии с действующим законодательством РФ.

27. 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**

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

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

30. Клиент может обратиться в адрес Компании одним из следующих способов:

- а) в ЦОК МРО/ГО;
- б) по телефону Контактного центра;
- в) в сети Интернет через сайт Компании ([www.elektro-32.ru](http://www.elektro-32.ru)), «Личный кабинет клиента» и электронную почту (как по вопросам основного, так и неосновных видов деятельности Компании).

31. С целью сбора и обработки информации по обращениям клиентов, поступившим через ЦОК МРО/ГО, Контактный центр, «Интернет-приемную» корпоративного сайта (раздел «написать в компанию»), сервис «Личный кабинет клиента», по электронной почте созданы структурные

подразделения, ответственные за организацию деятельности по обеспечению клиентской поддержки в Компании.

32. На ЦОК МРО/ГО возложены следующие функции по организации очного обслуживания клиентов:

- а) организация клиентского обслуживания в зоне действия ЦОК с учетом положений настоящего Стандарта, договорных обязательств, регламентов и других нормативных актов;
- б) полное и достоверное информирование клиентов по всем обращениям, которое достигается с помощью непосредственных разъяснений и/или путем приема (обработки) заявления;
- в) актуализация информационно-рекламных материалов, мультимедийного контента в ЦОК по мере обновления данной информации;
- г) прием обращений, поступивших от клиентов, относительно качества обслуживания, а также качества предоставляемых услуг.

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

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

34. На Исполнительную дирекцию Компании возложены следующие функции:

- а) организация методологической поддержки деятельности межрайонных отделений;
- б) наполнение страниц официального сайта Компании;
- в) оценка степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания и предоставляемых услуг;
- г) маркетинг услуг;
- д) сбор и предоставление руководству Компании отчетов по взаимодействию с потребителями и предложений по улучшению качества обслуживания.

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

36. Для создания и поддержания эффективной системы обслуживания клиентов Компания обеспечивает наличие:

- а) квалифицированных специалистов, ответственных за организацию очного приема и обслуживания клиентов;
- б) помещений для приема клиентов;
- в) компьютерного и иного оборудования, соответствующего программного обеспечения для регистрации, обработки обращений клиентов и формирования отчетов;
- г) процедур, формализованных в соответствии с регламентирующей документацией.

### **III. Организация системы очного обслуживания**

#### **Требования к персоналу при организации очного клиентского обслуживания**

##### **Общие положения**

37. Очное обслуживание клиентов в Компании осуществляется только в ЦОК МРО/ГО.
38. Прием клиентов организуется в каждом межрайонном отделении.
39. В ЦОК МРО/ГО обслуживаются как физические, так и юридические лица – клиенты Компании.
40. Очное обслуживание клиента Компании осуществляется сотрудником Компании в соответствии с типовым порядком взаимодействия с клиентом при его обращении в ЦОК МРО/ГО (п.71 настоящего Стандарта) в момент посещения клиентом ЦОК МРО/ГО. Обработка внешней входящей информации производится в присутствии клиента по принципу «Клиент только расписывается».
41. Ответ на письменное обращение клиента предоставляется в соответствии с типовыми параметрами средней продолжительности взаимодействия с клиентами (п.123 настоящего Стандарта).
42. Очное обслуживание клиентов производится в часы работы соответствующего МРО/ГО Компании. Часы работы ЦОК МРО/ГО публикуются на корпоративном сайте Компании, а также указываются на информационных табличках «Режим работы», расположенных на входе в помещение ЦОК. В случае осуществления в ЦОК МРО/ГО кассового обслуживания, могут быть установлены разные режимы работы для кассы и для ЦОК.
43. В ЦОК МРО/ГО очное обслуживание осуществляют сотрудники, ответственные за очный прием физических и юридических лиц.
44. Специалисты Компании, ответственные за обслуживание клиентов, выполняют свои обязанности в соответствии с должностными инструкциями.

##### **Подготовка к работе и требования к содержанию рабочего места**

45. Персоналу ЦОК 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, программного обеспечения, необходимого для обслуживания потребителей, проверку наличия расходного материала, шариковых ручек в местах приема потребителей.
46. Обслуживание клиентов завершается моментом обслуживания последнего потребителя, занявшего очередь до фактического окончания рабочего времени. Уход с рабочего места осуществляется только после окончания времени установленного режима работы.

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

47. Каждый специалист должен поддерживать чистоту и порядок на своем рабочем месте и следить за порядком в помещении ЦОК.
48. На рабочем столе специалиста, ведущего прием клиентов, должна располагаться подставка, выполненная в фирменном стиле, с указанием должности, фамилии, имени и отчества.
49. На рабочих местах начальников (заместителей начальников) межрайонных отделений необходимо наличие визитных карточек.
50. 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 Обществом 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, документа, подтверждающего право собственности, и иных документов). С целью недопущения раскрытия конфиденциальной информации, документы должны храниться в специальных лотках, расположенных на рабочем столе сотрудника ЦОК, в зоне отсутствия прямой видимости посетителями данных документов.

### **Требования к использованию личного мобильного телефона**

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

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

53. Персоналу ЦОК запрещено:

- а) прерывать работу с клиентом, чтобы ответить на личный телефонный звонок;
- б) разговаривать по личному телефону в клиентском зале;
- в) разговаривать 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, пользоваться мессенджерами, социальными сетями и приложениями, 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 ЦОК**

54. Внешний вид персонала ЦОК должен быть аккуратным и опрятным:

- а) макияж – неброский, аккуратный; следует использовать естественные натуральные цвета.
- б) прическа – волосы чистые, расчесанные; прическа или стрижка должны быть всегда аккуратными и естественными, небольшого объема и натурального цвета, резкие и «ядовитые» цвета не допускаются; можно использовать декоративный аксессуар для волос (заколку и др.) в сдержанном стиле.

- в) 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.
- г) парфюм - запах тонкий, приятный; вся остальная используемая косметика должна быть без запахов.
- д) очки выбирать с оправой классической формы со светлыми линзами.
- е) для мужчин – гладко выбритое лицо, допускаются борода и усы, имеющие опрятный и ухоженный вид.

55. Персонал ЦОК обязан следить за свежестью своего дыхания, при необходимости использовать средства личной гигиены для полости рта.

56. Специалист ЦОК, 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 ЦОК, 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 ЦОК 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 ЦОК «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 бэк-офиса Компании должен соответствовать требованиям отдельного внутреннего регламентирующего документа Компании.

61. Специалисту ЦОК 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;
- в) иметь ярко накрашенные ногти, яркий макияж;
- г) использовать сладкие и резкие запахи духов и дезодорантов;
- д) находиться в сланцах, шлепках, сандалиях, тапочках, сапогах;
- е) находится в платках, косынках, головных уборах;
- ж) 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 ЦОК является лицом Компании, от него зависит восприятие Компании клиентом.

## 63. Принимая клиента, специалист ЦОК обязан:

- а) встречать клиента с доброжелательной улыбкой;
- б) демонстрировать доброжелательное отношение к клиенту: корпус сотрудника развернут в сторону клиента, взгляд направлен клиенту в глаза, тон обращения к клиенту вежливый, располагающий;
- в) поприветствовать клиента, используя фразы «Здравствуйте», «Доброе утро (день, вечер)»;
- г) в вежливой форме узнать имя и отчество клиента, уточнить, как к клиенту будет удобнее обращаться: - «Как я могу к Вам обращаться?»;
- д) обращаться к нему во время разговора только на «Вы» по имени и отчеству, например, «Рады видеть Вас!»;
- е) предложить ему присесть при наличии свободных посадочных мест: «Присаживайтесь, пожалуйста»;
- ж) поблагодарить клиента за ожидание в очереди, если ему пришлось ждать: «Спасибо за ожидание»;
- з) вежливо начать диалог: «Буду рад (а) ответить на Ваши вопросы», «Я Вас внимательно слушаю», «Какую консультацию Вы хотели бы получить?»;
- и) внимательно выслушать клиента, быть максимально вежливым и корректным;
- к) отвечать на вопросы клиента вежливо и доброжелательно, четко и доходчиво излагая суть, избегать сленга, слов-паразитов, уменьшительных форм слов (например, «ладненько» и пр.);
- л) отвечая на вопросы клиента, избегать использования в своей речи профессиональных терминов, понимая, что клиент не является специалистом в области сбыта электроэнергии и др.;
- м) задавать клиенту уточняющие вопросы: «Уточните, пожалуйста, ...», «Что (конкретно/именно) Вас интересует?», «Правильно ли я Вас понял (а)...», «О каких услугах Вы бы хотели узнать подробнее?» и др.;
- н) 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»;
- о) выполнить необходимую для решения вопроса работу, вежливо попросив клиента подождать, или четко, грамотно и доступно объяснить способ решения вопроса;
- п) 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 непонятный пункт – пропустите, потом вместе заполним»;
- р) 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»;

- с) 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;
- т) при выявлении ошибок, допущенных со стороны Компании или подрядных организаций, необходимо принести клиенту извинения за причиненные неудобства;
- у) при завершении общения поблагодарить клиента за визит, оставив положительное впечатление от посещения ЦОК 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!»;
- ф) 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 ЦОК при общении с клиентами запрещается:

- а) в присутствии клиентов порочить репутацию Компании, подрядных организаций и других предприятий энергетической отрасли;
- б) повышать голос, допускать в разговоре неприятные для клиента интонации, проявлять торопливость, высказывать нетерпение;
- в) проявлять безразличие к проблемам клиента;
- г) высказывать клиенту претензии, допускать категоричные выражения, такие как: «Вы обязаны», «Вам предписывается», «Явиться», «Предъявить» и т.п.;
- д) 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»;
- е) вести постоянные разговоры с коллегами, по телефону, отлучаться с рабочего места;
- ж) вести продолжительные беседы с клиентами на отвлеченные темы личного характера;
- з) обращаться к клиенту на «Ты»;
- и) свободное, развязанное поведение, флирт с клиентом;
- к) недоброжелательное, грубое, надменное, конфликтное поведение;
- л) смех, громкий разговор, использование нецензурных слов и выражений.

65. Принципы урегулирования конфликтов:

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

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

67. Персонал ЦОК 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. При необходимости - воспользоваться «тревожной» кнопкой.

68. Общие правила поведения в конфликтной ситуации:

- 1) Выслушайте спокойно и терпеливо все заявления, и претензии клиента до конца (дайте человеку выговориться и растратить энергию):
  - а) поддерживайте с ним контакт «Я готов(а) Вас выслушать», «Я внимательно Вас слушаю»;
  - б) не перебивайте клиента;
  - в) не комментируйте его высказывания;
  - г) не улыбайтесь.
- 2) Главная задача – дать клиенту возможность высказаться. Только после этого эмоциональное напряжение спадет и станет возможным разрешить ситуацию.
- 3) Согласитесь с правом клиента иметь свое мнение и думать определенным образом:
  - а) **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.
  - б) **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.
  - в) **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 напугал, 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».
- 4) Убедитесь в том, что Вы поняли суть проблемы. Для того чтобы правильно понимать, на что Вам реагировать, можно задать клиенту следующие вопросы:
  - а) Правильно ли я поняла суть возникшей проблемы... (перескажите то, что из уст клиента прозвучало как причина конфликтной ситуации);
  - б) Если я правильно Вас понимаю, то Вы расстроены из-за...;
  - в) Правильно ли я поняла Вас? Вы желаете, чтобы мы...?
  - г) Давайте уточним, правильно ли мы поняли друг друга?

- 5) Предложите клиенту решение проблемы. Этот шаг является важнейшим, поскольку клиент ожидает от нас действий, способных решить возникшую проблему. Разрешите ситуацию по возможности сразу.
  - 6) Уверенно изложите вариант решения ситуации: «Я предлагаю Вам поступить следующим образом», «Учитывая все то, что вы сказали, мы сделаем так...».
  - 7) 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:
- а) обсуждать возникшую конфликтную ситуацию (с коллегами, руководителем) в присутствии клиентов;
  - б) давать оценку клиенту с критической точки зрения;
  - в) видеть в действиях клиента корыстные намерения;
  - г) демонстрировать какое-либо свое превосходство;
  - д) прямо винить клиента, снимая с себя ответственность;
  - е) относиться к интересам клиента с игнорированием;
  - ж) видеть ситуацию только со своей позиции;
  - з) разрешать себе раздражительный тон и ругань, говорить: «А что Вы от меня хотите?», «Надо было раньше думать!», «Я-то здесь причем?».
  - и) предъявлять клиенту свои претензии.

## **Организация приема клиентов в ЦОК МРО/ГО**

70. Специалист ЦОК выполняет функции в рамках своих должностных обязанностей, в том числе:

- 1) осуществляет очный прием клиентов;
- 2) обеспечивает надлежащий порядок при обслуживании клиентов и способствует сокращению очередей, поддерживает на соответствующем уровне зоны ожидания для клиента (стенд, раздаточные материалы и пр.);
- 3) осуществляет прием показаний приборов учета коммунальных ресурсов с внесением соответствующей информации в программный комплекс;
- 4) проводит сверку сумм фактически произведенных потребителем оплат за жилищно-коммунальные услуги (в соответствии с предоставленными потребителем платежным поручением, информацией от банка о произведенном платеже и др.), с суммами оплат, отраженными в программном комплексе.
- 5) проводит разъяснительную работу с гражданами-потребителями электрической энергии:
  - а) о порядке начисления за предоставленные жилищно-коммунальные услуги; о необходимости своевременной и полной оплаты за предоставленные жилищно-коммунальные услуги;
  - б) о способах оплаты, пунктах приема платежей;
  - в) о причинах отключения и ограничения потребления электрической энергии и пр.

- б) осуществляет прием и обработку заявлений от физических и юридических лиц, проверку и сканирование (копирование) в надлежащем качестве необходимых документов, проверку их на соответствие предъявляемым требованиям по комплектности и достаточности по вопросам:
    - а) заключения договора энергоснабжения (купли-продажи);
    - б) расторжения договора энергоснабжения (купли-продажи);
    - в) внесения изменений в договор энергоснабжения (купли-продажи);
    - г) замены приборов учета;
    - д) неисправности приборов учета электрической энергии и др.;
    - е) предоставления разъяснений по начислениям за жилищно-коммунальные услуги;
    - ж) перерасчета размера платы за жилищно-коммунальные услуги;
    - з) адресного распределения платежа;
    - и) возврата денежных средств;
    - к) качества обслуживания клиентов;
    - л) качества предоставленной жилищно-коммунальной услуги.
  - 7) принимает и регистрирует в системе электронного документооборота письма и заявления юридических лиц;
  - 8) предоставляет консультации клиентам по вопросам основной и неосновных видов деятельности Компании;
  - 9) предоставляет клиенту информационные материалы (по теме обращения и рекламного характера, в случае заключения Обществом договора на оказание возмездных рекламных услуг), бланки документов, перечни необходимых для предоставления документов и пр.;
  - 10) выдает клиенту подписанные договоры энергоснабжения, дополнительные соглашения, справки об отсутствии задолженности, детализации по начисленной плате за потребленные коммунальные услуги, жилое помещение и начисление пени и др.;
  - 11) при необходимости выдает клиенту копии документов: договора энергоснабжения, дополнительных соглашений к договору, технических и иных документов, связанных с исполнением обязательств по договору энергоснабжения;
  - 12) при создании заявления производит сверку (при необходимости – ввод) контактных данных клиента (телефоны и адрес электронной почты), персональных данных потребителя (дата рождения, место рождения, данные документа, удостоверяющего личность, адрес регистрации);
  - 13) осуществляет направление заявления клиента профильным специалистам Компании для его дальнейшей обработки (в случае, когда обработка заявления невозможна при непосредственном приеме клиента);
  - 14) осуществляет прием платежей за предоставленные жилищно-коммунальные услуги.
71. Устанавливаются следующие типовые параметры средней продолжительности взаимодействия с клиентом при его обращении в ЦОК МРО/ГО (таблица 1):

**Типовой порядок очного обслуживания клиента при его обращении  
в ЦОК МРО/ГО**

№ п/п	Этап	Рекомендуемый показатель
1	Приветствие клиента, обратившегося в ЦОК. Выяснение сути его обращения, уточнение информации о клиенте, запрос необходимых документов	1-3 мин.
2	<b>Если обращение клиента носит консультационный характер.</b> – предоставление клиенту предварительной консультации по его обращению; – объяснение порядка дальнейших действий, как со стороны клиента, так и со стороны Компании; – предоставление информационных материалов по запросу клиента: перечень документов, необходимых для решения его вопроса (в случае необходимости), сведения об источниках интересующей его информации (сайт Компании, Контактный центр, информационные стенды) и пр.; – при возможности предложение клиенту решить вопрос дистанционно (используя ЛКК, сайт Компании, Контактный центр)	10 мин.
3	<b>Если обращение клиента возможно разрешить непосредственно при осуществлении приема клиента</b> – предоставление ему необходимой информации/документов и/или прием и обработка заявления силами сотрудника ЦОК в соответствии с требованиями внутренних регламентирующих документов	10 мин.
4	<b>Если обращение клиента невозможно разрешить непосредственно при осуществлении приема клиента</b> – прием заявления и направление его для дальнейшей обработки в адрес ответственных структурных подразделений в соответствии с требованиями внутренних регламентирующих документов	10 мин.
5	Завершение обслуживания клиента, прощание с клиентом	менее 1 мин.

72. Средняя продолжительность времени взаимодействия с клиентами в ЦОК МРО/ГО представлена в таблице 2.

Таблица 2

**Типовые параметры средней продолжительности взаимодействия с клиентами**

Форма взаимодействия	Критерий	Параметр (среднее значение)
Обслуживание специалистом по работе с клиентами	Ожидание в очереди	20 мин.
	Прием	10 мин.
Обслуживание кассиром	Ожидание в очереди	20 мин.
	Прием	10 мин.

73. Типовой порядок взаимодействия с клиентами при осуществлении энергосбытовой деятельности указан в приложении 2 к настоящему Стандарту.

## **IV. Организация системы заочного обслуживания**

### **Инфраструктура заочного обслуживания**

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

75. Заочное обслуживание осуществляется по следующим каналам связи:

- а) телефон (Контактный центр);
- б) почта (почтовая переписка);
- в) электронная почта.

76. Все телефонные номера, по которым осуществляется телефонная связь с клиентами, указываются на:

- а) корпоративном сайте Компании;
- б) информационных стендах, размещенных в ЦОК МРО/ГО;
- в) буклетах, листовках и других информационно-рекламных материалах.

### **Заочное обслуживание по телефону Контактного центра**

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

- а) прием вызова;
- б) регистрацию вызова;
- в) обработку входящего вызова потребителя с запросом справочной информации, консультаций;
- г) предоставление ответа потребителю по вопросам, содержащимся в «Базе знаний»;
- д) прием показаний приборов учета электрической энергии;
- е) система автоматического информирования, приема показаний приборов учета без соединения с сотрудником (оператором) Контактного центра (IVR).

78. Параметры деятельности Контактного центра:

- а) автоинформирование осуществляется круглосуточно посредством IVR;
- б) телефон Контактного центра является многоканальным с интуитивно понятным голосовым меню;
- в) номер телефона Контактного центра единый на всей территории обслуживания (Брянской области);
- г) звонок является бесплатным для клиента, за исключением случаев, когда абонент находится за пределами территории внутризонового телефонного соединения (роуминг);
- д) в начале телефонного разговора осуществляется предупреждение клиента о ведении записи.

79. Контактным центром обеспечиваются следующие требования к качеству обслуживания:

- а) соблюдение сценария работы операторской службы;
- б) предоставление консультаций в соответствии с информационным справочником «База знаний»;

- в) соблюдение требований Регламента внесения изменений и дополнений в сценарий работы оператора и АИС;
  - г) количество потерянных звонков (отношение количества звонков, которые применили атрибут «сброс», до момента ответа оператором Контактного центра, к общему количеству поступивших звонков за отчетный период) – не более 15%;
  - д) средняя продолжительность ответа оператора при приеме показаний приборов учета коммунальных ресурсов – до 120 сек.;
  - е) средняя продолжительность ответа оператора при оказании консультаций, по вопросам, не требующим обращения к персональной информации – до 180 сек.;
  - ж) средняя продолжительность ответа оператора при оказании консультаций, по вопросам, требующим обращения к персональной информации – до 300 сек.;
  - з) максимальное время ожидания клиента – не более 600 сек.
80. Требования к режиму работы Контактного центра:
- а) в период пн-пт: с 8:00 до 20:00;
  - б) в период сб-вс: с 8:00 до 18:00;
  - в) IVR (голосовое меню, автоматический прием показаний) – круглосуточно.
81. Требования к интерактивному голосовому меню IVR:
- а) навигация на основе тонального набора;
  - б) удобный графический конструктор сценариев IVR.
82. Требования к компьютерной сети Контактного центра:
- а) 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;
  - б) время доставки пакетов между рабочими станциями и серверами телефонии исполнителя услуг Контактного центра не должно превышать 150 мс.;
  - в) потери IP пакетов в канале между оборудованием оператора связи и серверами телефонии исполнителя услуг Контактного центра не должны превышать 0,3%;
  - г) канал связи между оборудованием оператора связи и серверами телефонии исполнителя услуг Контактного центра, должен быть реализован на основе технологии «Full Duplex»;
83. Требования к безопасности работы Контактного центра:
- а) оборудование не должно быть доступно со стороны общественных сетей (Интернет) и других сетей, которые могут представлять собой угрозу безопасности;
  - б) оборудование должно быть открыто для IP-адресов оператора связи по портам TCP и UDP с целью получения услуг VoIP;
  - в) централизованная запись разговоров (полный архив всех разговоров, экспорт записей разговора).

### **Заочное обслуживание по телефону сотрудниками структурных подразделений по работе с клиентами – юридическими лицами**

84. Заочное обслуживание по телефону сотрудниками структурных подразделений по работе с клиентами – юридическими лицами включает в себя прием и обработку входящих вызовов

клиентов по вопросам заключения/расторжения и исполнения договоров энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии), а также иных договоров с клиентами – юридическими лицами.

85. В случае если специалист, ответивший на телефонный звонок клиента, не может дать полный ответ в момент разговора, или подготовка информации для клиента требует некоторого времени (более 2 минут), клиенту сообщается об этом, указывается дата и время, когда можно перезвонить для получения точной и полной информации (возможен вариант, когда по согласованию с клиентом ему перезванивает сотрудник Компании).

86. Если обращение требует анализа материалов, то специалист предлагает направить обращение в письменном виде. Сроки рассмотрения и предоставления ответов на письменные обращения определены внутренними регламентирующими документами.

87. Телефоны сотрудников структурных подразделений по работе с клиентами – юридическими лицами доступны для звонков клиентов в часы работы соответствующего подразделения Компании.

88. В случае обращения по телефону к сотруднику структурного подразделения по работе с клиентами – юридическими лицами клиент представляется, называет реквизиты договора энергоснабжения (купли-продажи) или иного договора. В случае, если гражданин отказывается выполнить вышеуказанные требования, специалист Компании имеет право отказать клиенту в предоставлении запрашиваемой информации.

89. В случае если обращение клиента содержит нецензурную брань, оскорбления или угрозы в адрес специалиста или Компании, специалист Компании имеет право прекратить телефонный контакт, прервав разговор, предварительно об этом уведомив клиента.

### **Общие требования к ведению телефонных переговоров**

90. 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.

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

92. 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.

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

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

95. 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.

96. При общении с клиентом запрещается:

- а) жевать или пить;
- б) использовать фразы смыслового содержания «Можно еще Вас побеспокоить...», «Можно еще Вас потревожить...», «Не могли бы Вы ...». Говоря человеку, что вы его

тревожите (беспокоите), у него невольно формируется нежелательное отношение к звонку;

- в) 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;
- г) 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».

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

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

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

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

101. 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.

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

### **Правила ответа на входящий телефонный вызов**

103. Специалист, отвечая на телефонный звонок, должен вежливо поздороваться, произнести название Компании и свое имя: «Здравствуйте! Газпром энергосбыт Брянск. (Имя сотрудника)».

104. В случае, если собеседник не назвал своего имени и отчества, следует доброжелательным тоном уточнить их: «Представьтесь, пожалуйста!», «Мне бы хотелось узнать, с кем я говорю!».

105. Отвечать на все вопросы, задаваемые клиентом энергично и точно. Также желательно быстро разыскивать необходимые для ведения разговора информацию.

106. В случае отсутствия информации в «Базе знаний» или программном комплексе Компании, а также невозможности решить проблему клиента в момент приема звонка, специалист уведомляет потребителя о необходимости обратиться в ЦОК или интерактивные сервисы для оформления заявления или получения разъяснений по запросу и вежливо завершает разговор: «Спасибо за звонок. Всего доброго. До свидания».

### **Правила совершения телефонного звонка**

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

- а) морально настроиться на деловую беседу;
- б) для себя чётко сформулировать цель предстоящих переговоров;
- в) спланировать ход беседы, записав все интересующие вопросы на бумаге;
- г) положить перед собой все материалы, которые могут понадобиться во время осуществления телефонных переговоров (чистые листы, ручки, необходимые документы, телефонную книжку);

- д) 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;
- е) выбрать наиболее удобное время для осуществления общения по телефону.

108. При совершении звонка, первым делом надо представиться и сообщить цель звонка: «Здравствуйте! Вам звонит (Имя сотрудника) из Газпром энергосбыт Брянск...». Приветствие меняется в зависимости от времени дня, это может быть «Доброе утро!», «Добрый день» или «Добрый вечер!».

109. В случае ответа на телефонный звонок не того человека, с кем планировалось ведение переговоров, уточнить, когда можно будет перезвонить, но ни в коем случае не вешать трубку: «Позвольте спросить у Вас...».

110. Уточнить, может ли человек разговаривать в данную минуту: «Вы располагаете временем...», «Вам удобно сейчас говорить...».

111. Логично излагать и аргументировать требования или предложения по теме переговоров.

112. Отвечать на вопросы, задаваемые собеседником, ясно и точно.

113. Записывать главные пункты переговоров на бумагу.

114. В завершение беседы по телефону ещё раз озвучить все договорённости, к которым удалось прийти с собеседником.

115. Завершать беседу следует тому, кто совершал звонок:

- а) Нейтрально: «До свидания», «Всего доброго», «Спасибо за информацию», «Спасибо за то, что нашли возможность переговорить со мной. Всего хорошего».
- б) С надеждой на будущие контакты: «Уверен, мы нашли общий язык», «Рад(а) был(а) слышать».
- в) Если вы не хотите продолжения контактов: «Жаль, что не смог убедить Вас...», «В любом случае желаю Вам успехов...», «Буду рад(а) изменению ситуации».

116. При ведении телефонных разговоров запрещается:

- а) Жевать или пить, общаясь по телефону;
- б) Начинать разговор:
  - при ответе на звонок со слов: «Слушаю!»;
  - при совершении звонка «Куда я попал?»;
- в) 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;
- г) 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;
- д) 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».

117. Рекомендуемая и максимальная продолжительность ведения телефонного разговора сотрудником Контактного центра определены внутренними регламентирующими документами Компании. Рекомендуемая продолжительность ведения телефонного разговора сотрудником структурного подразделения по работе с клиентами – юридическими лицами составляет 6 минут и не должна превышать 20 минут.

## **Заочное обслуживание клиентов посредством почтовой переписки**

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

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

120. Все письменные обращения от клиентов регистрируются согласно требованиям внутренней регламентирующей документации Компании.

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

122. Письменное обращение клиента не подлежит рассмотрению по существу в случаях:

- а) если письменное обращение содержит нецензурные либо оскорбительные выражения, угрозы жизни, здоровью и имуществу сотрудника Компании, а также членов его семьи. В таком случае необходимо сообщить клиенту, направившему обращение, о недопустимости злоупотребления правом;
- б) если текст письменного обращения не поддается прочтению, о чем в течение семи дней со дня регистрации обращения сообщается клиенту, направившему обращение, если его фамилия и почтовый адрес поддаются прочтению;
- в) если в письменном обращении клиента содержится вопрос, на который ему неоднократно давались письменные ответы по существу в связи с ранее направляемыми обращениями, и при этом в обращении не приводятся новые доводы или обстоятельства. При этом гражданин, направивший обращение, должен быть уведомлен о безосновательности очередного обращения и прекращении переписки по данному вопросу;
- г) если в обращении отсутствуют контактные данные. Если в указанном обращении содержатся сведения о подготавливаемом, совершаемом или совершенном противоправном деянии, а также о лице, его подготавливающем, совершающем или совершившем, обращение подлежит направлению в государственный орган в соответствии с его компетенцией;
- д) если текст письменного обращения не позволяет определить суть предложения, заявления или жалобы, о чем в течение семи дней со дня регистрации обращения сообщается клиенту, направившему обращение;
- е) если ответ не может быть дан без разглашения сведений, составляющих государственную или иную охраняемую федеральным законом тайну. Гражданину, направившему обращение, сообщается о невозможности дать ответ по существу поставленного в нем вопроса в связи с недопустимостью разглашения указанных сведений.

123. Устанавливаются следующие типовые параметры средней продолжительности взаимодействия с клиентами при письменных обращениях (таблица 3):

**Типовые параметры средней продолжительности взаимодействия с клиентами**

Форма взаимодействия	Критерий	Параметр (среднее значение)
Обработка обращения	Регистрация, классификация и передача обращения руководителю	не более 1 дня
	Передача обращения специалисту	
	Рассмотрение обращения	не более 30 календарных дней

## V. Организация системы интерактивного обслуживания

### Общие требования к интерактивным сервисам клиентского обслуживания

124. Интерактивное обслуживание организуется на базе корпоративного сайта Компании [www.elektro-32.ru](http://www.elektro-32.ru), сервисов «Личный кабинет клиента» для юридических и физических лиц, социальной сети «ВКонтакте» ([vk.com/gesbb.bryansk](https://vk.com/gesbb.bryansk)), а также сервиса «Чат-бот ООО «Газпром энергосбыт Брянск» в социальной сети «ВКонтакте» и в мессенджере Viber».

125. Цели создания корпоративного сайта компании:

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

126. Основные задачи, решаемые через корпоративный сайт компании:

- а) информирование пользователей сети интернет о деятельности компании, её услугах и сервисах, социальной политике;
- б) проведение опросов;
- в) осуществление обратной связи с клиентами.

127. С целью оказания консультационной поддержки клиентам Компания размещает и своевременно актуализирует в ЦОК МРО/ГО информацию, состав которой определен внутренними регламентирующими документами.

128. С целью оказания консультационной поддержки клиентам Компания размещает и своевременно актуализирует на корпоративном сайте [www.elektro-32.ru](http://www.elektro-32.ru) информацию, которая, в том числе, включает:

#### 1) общая информация об ООО «Газпром энергосбыт Брянск»:

- а) история Компании, миссия, территория обслуживания;
- б) реквизиты Компании, обратная связь;
- в) новости Компании;
- г) номер телефона для обеспечения бесплатной связи между Компанией и потребителям;

#### 2) для юридических лиц:

- а) порядок заключения договоров энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности));
- б) перечень документов, необходимых юридическим лицам для заключения договора энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности));

- в) формы договоров энергоснабжения для потребителей различных категорий;
- г) действующие тарифы (цены) на электрическую энергию;
- д) порядок ограничения режима потребления электрической энергии в случае нарушения потребителями своих обязательств;
- е) информация о неосновных видах деятельности Компании;
- ж) информация о сервисах клиентского обслуживания;
- з) действующий Стандарт обслуживания клиентов и изменения к нему;

**3) для физических лиц:**

- а) адреса ЦОК МРО/ГО;
- б) порядок заключения договоров энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии) для физических лиц;
- в) формы договоров энергоснабжения для потребителей различных категорий;
- г) перечень необходимых для заключения договора документов;
- д) тарифы на электрическую энергию на текущий год; нормативы потребления электрической энергии при отсутствии приборов учета; реквизиты нормативно-правовых актов;
- е) порядок и условия приема показаний приборов учета;
- ж) порядок, способы оплаты и пункты приема платежей за потребленную электроэнергию, график обслуживания потребителей в ЦОК МРО/ГО Компании;
- з) порядок ограничения энергоснабжения граждан;
- и) информация о неосновных видах деятельности Компании;
- к) информация о сервисах клиентского обслуживания;
- л) порядок и способы подачи обращений;
- м) часто задаваемые вопросы, возникающие у клиентов в ходе энергоснабжения и ответы на них;
- н) разъяснительные промо-презентации для оперативного поиска ответов на возникающие вопросы;
- о) действующий Стандарт обслуживания клиентов и изменения к нему;
- п) Политика в области качества ООО «Газпром энергосбыт Брянск»;
- р) текущая существенная информация о произошедших/происходящих изменениях в Компании или иная временная информация.

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

130. Интерактивное обслуживание ведется по двум направлениям:

- а) предоставление справочной информации;
- б) удовлетворение запросов на оказание/ изменение услуг.

131. Основные процессы интерактивного обслуживания представлены в таблице 4.

**Основные процессы интерактивного обслуживания потребителей**

№ п/п	Процесс интерактивного обслуживания	Интерактивный сервис	Срок исполнения
1	Прием обращений потребителей с запросом справочной информации, консультаций через электронные формы и предоставление ответа потребителю	«Интернет-приемная» корпоративного сайта (раздел «написать в компанию»), Электронная почта, Личный кабинет клиента, социальные сети	Не более 30 календарных дней
2	Прием обращений потребителей через электронные формы и предоставление ответа потребителю		
3	Выдача индивидуального логина и пароля для доступа в «Личный кабинет клиента»	Личный кабинет клиента	В момент совершения запроса / входа в ЛКК
4	Предоставление возможности получения клиентом 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		
5	Формирование платежных документов		
6	Оплата электрической энергии с использованием банковской карты		
7	Прием показаний приборов учета электрической энергии		
8	Проведение опросов клиентов для оценки качества обслуживания	Корпоративный сайт	до 1 месяца
		Социальные сети	до 14 дней

**Сервисы обратной связи с клиентами****Сервис «Личный кабинет клиента» в сети Интернет**

132. Сервис «Личный кабинет клиента» как в отношении юридических лиц, так и в отношении физических лиц является удобным способом получения определенных видов услуг Общества посредством компьютеризированных устройств (персональный компьютер, смартфон, планшет) без посещения ЦОК.

133. Работа в сервисе «Личный кабинет клиента» осуществляется в соответствии с «Руководством пользователя Личного кабинета клиента» размещенном на корпоративных сайтах Компании.

134. Для получения доступа к «Личному кабинету клиента» при первичном входе в систему необходимо пройти регистрацию.

135. В Компании функционирует Личный кабинет для физических и юридических лиц.

136. Основные возможности сервиса «Личный кабинет клиента» для физических лиц:

- а) круглосуточный режим работы сервиса;

- б) передача показаний приборов учета коммунальных ресурсов;
- в) оплата с помощью банковской карты;
- г) контроль расхода коммунальных ресурсов;
- д) просмотр информации о балансе, истории совершенных платежей и переданных показаний;
- е) привязка нескольких лицевых счетов к одной учетной записи;
- ж) отправка вопроса или пожелания о работе Компании;
- з) оперативная отправка копий заявлений, справок, документов;
- и) выгрузка электронной версии квитанции-извещения;
- к) осуществление подписки на информационные рассылки Общества посредством электронной почты.

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

- а) круглосуточный режим работы сервиса;
- б) направление заявки на заключение/перезаключение/расторжение договора энергоснабжения (купли-продажи) электрической энергии и просматривать информацию о нем;
- в) направление онлайн-обращений на замену/установку прибора учета или измерительного трансформатора, на ввод прибора учета в эксплуатацию;
- г) отслеживание лимитов по договорам энергоснабжения электрической энергии в рамках 44-ФЗ и по 223-ФЗ для бюджетозависимых потребителей;
- д) просмотр информации о распределении денежных средств по платежным документам;
- е) просмотр расшифровки начислений по приборам учета;
- ж) передача показаний приборов учета;
- з) оплата с помощью банковской карты;
- и) просмотр истории начислений и проведенных оплат;
- к) получение и распечатка копий счетов, УПД и актов сверок;
- л) просмотр прогнозных и фактических предельных уровней нерегулируемых цен на электрическую энергию (мощность);
- м) расчет стоимости электрической энергии и мощности;
- н) получение уведомления об ограничении режима потребления электроэнергии и информацию о планируемой дате ввода ограничения;
- о) формирование анализа потребления электрической энергии/мощности;
- п) направление в адрес Общества обращения в свободной форме.

138. Порядок и содержание разделов сервиса «Личный кабинет клиента» могут быть изменены в зависимости от запросов клиентов с целью улучшения качества обслуживания.

### **«Интернет-приемная» корпоративного сайта**

139. «Интернет-приемная» корпоративного сайта – это раздел «написать в компанию» главной страницы сайта. Данный раздел позволяет оставить комментарии, получить совет или консультацию на вопросы, связанные с деятельностью Компании.

140. Если клиент не нашел ответ на интересующий его вопрос в разделе «Часто задаваемые вопросы» корпоративного сайта, он может отправить вопрос специалисту Компании, заполнив автоматизированную форму раздела «написать в компанию».

141. Для каждого вида обращения установлен свой срок ответа, который потребитель видит при заполнении формы обращения.

142. Ответы на вопросы, представляющие интерес для других клиентов, также публикуются на сайте Компании в разделе «Часто задаваемые вопросы».

143. Специалист Компании направляет ответы на все поступающие вопросы клиентов, с учетом особенностей, определенных пунктом 122, когда письменное обращение клиента не подлежит рассмотрению по существу.

### **Служба доверия**

144. «Служба доверия» - тема (цель обращения), выбранная клиентом при оформлении обращения через раздел «написать в компанию». Данная тема (цель обращения) позволяет написать о любых противоправных действиях, грубом или неуважительном отношении и т.п. Данная информация напрямую попадет к руководству Службы безопасности Компании.

145. Срок ответа на обращение при выборе клиентом темы (цели обращения) «Служба доверия» отображается при заполнении клиентом формы данного обращения.

146. Специалист Компании направляет ответы на все поступающие вопросы клиентов, с учетом особенностей, определенных пунктом 122, когда письменное обращение клиента не подлежит рассмотрению по существу.

### **Корпоративная электронная почта**

147. Обращение может быть направлено клиентом по адресу электронной почты Компании [gesbb@elektro-32.ru](mailto:gesbb@elektro-32.ru), или по адресам электронной почты межрайонных отделений.

148. Рассмотрение писем, поступивших по электронной почте, и подготовка на них ответов производится специалистами структурных подразделений компании, ответственными за прием, регистрацию и рассмотрение обращений в Компании.

149. Ответ на обращение клиента, поступившего посредством электронной почты, направляется по указанному клиентом в его обращении каналу связи. При невозможности предоставления ответа потребителю по указанному им каналу связи, отправка ответа на поступившее обращение осуществляется тем же способом, что и его получение.

150. Ответ, отправляемый по электронной почте, должен содержать обращение к потребителю на «Вы» с указанием имени и отчества (при наличии), благодарность за обращение, указание способа поступления обращения (почта, сайт, телефон, лично), конкретную информацию о сути вопроса, заданного клиентом, контактные данные исполнителя (ФИО, должность, телефон).

## **VI. Информационное взаимодействие с клиентами**

151. Информационное взаимодействие с клиентами имеет следующие формы:

- а) массовое информационное взаимодействие;
- б) индивидуальное информационное взаимодействие по запросу;
- в) предоставление информации по инициативе Компании.

152. Базовый инструмент массового информационного взаимодействия с аудиторией – СМИ и сайт Компании [www.elektro-32.ru](http://www.elektro-32.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 ЦОК МРО/ГО или на корпоративном сайте [www.elektro-32.ru](http://www.elektro-32.ru), а также размещение информации о проведении разнообразных PR-кампаний, направленных на информирование широкой общественности о деятельности Компании, возможных каналах связи и т.д.

153. 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.

154. Консультации предоставляются по следующим вопросам:

- а) сроки выполнения действий, входящих в компетенцию Компании;
- б) перечень документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию Компании;
- в) стоимость (цена) единицы электрической энергии, а также иных товаров и услуг, реализуемых Компанией;
- г) комплектность (достаточность) представленных документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию Компании;
- д) источник получения документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию Компании (орган, организация и их местонахождение);
- е) время приема и выдачи документов;
- ж) порядок обжалования действий (бездействия) и решений, осуществляемых и принимаемых в ходе исполнения функции Компании;
- з) иные консультации по вопросам осуществления Компанией основных и неосновных видов деятельности.

155. Предоставление клиенту информации по инициативе Компании, так же, как и консультации по запросу, осуществляется через очные, заочные и интерактивные каналы информационного взаимодействия.

156. Порядок размещения Компанией информации на оборотной стороне платежного документа устанавливается отдельным регламентирующим документом. Данные о размещенной информации документируются, подлежат систематизации и анализу.

157. По инициативе Компании клиентам предоставляется два типа информации:

- а) справочная информация;
- б) напоминания/сообщения.

К справочной информации относятся:

- а) извлечения из законодательных и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы, регулирующие деятельность Компании;
- б) перечни документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию специалистов Компании;
- в) образцы оформления документов и требования к ним;
- г) месторасположение, график (режим) работы, номера телефонов, адреса Интернет-сайтов и электронной почты органов, в которых клиентам представляются документы, необходимые для выполнения действий, входящих в компетенцию Компании;
- д) адреса, телефоны, режим работы размещения специалистов по работе с клиентами;

- е) порядок получения консультаций;
- ж) порядок обжалования решений, действий или бездействия сотрудников, исполняющих действия, входящие в компетенцию Компании;
- з) иная справочная информация по вопросам осуществления Компанией основных и неосновных видов деятельности.

К напоминаниям/сообщениям относится информирование:

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

158. С целью оказания консультационной поддержки клиентам Компания размещает и своевременно актуализирует в ЦОК МРО/ГО (на информационных мониторах и информационных стендах) информацию согласно требованиям внутренних регламентирующих документов.

159. В ЦОК МРО/ГО при размещении рекламно-информационной и мультимедийной информации запрещается:

- а) размещать рекламу сторонних организаций, за исключением случаев заключения Обществом договора на оказание возмездных рекламных услуг;
- б) размещать художественные, документальные, музыкальные видеоролики, не относящиеся к деятельности Компании;
- в) транслировать телевизионные каналы как эфирного, так и кабельного телевидения.

160. Очное информирование включает в себя в том числе консультации специалистов, размещение информации на информационных стендах и мониторах, расположенных в ЦОК МРО/ГО, размещение буклетов и брошюр.

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

162. Интерактивные консультации предоставляются клиенту, отправившему в Компанию запрос через «Интернет-приемную» корпоративного сайта (раздел «написать в компанию»), по электронной почте или через социальные сети. Специалист, ответственный за прием обращения, осуществляет регистрацию и обработку обращения, используя «Базу знаний», либо направляет его в обработку в адрес ответственного структурного подразделения.

## **VII. Мониторинг и контроль качества обслуживания клиентов**

### **Мониторинг удовлетворенности клиентов**

163. В целях изучения уровня удовлетворенности клиентов качеством обслуживания Компании структурным подразделением Исполнительной дирекции, ответственным за обеспечение клиентской поддержки в Компании, на регулярной основе (1 раз в год) проводится анкетирование клиентов.

164. 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.

165. Анкеты для мониторинга удовлетворенности клиентов разрабатываются структурным подразделением, ответственным за обеспечение клиентской поддержки с учетом потребности в исследовании конкретных показателей.

166. Порядок проведения активирования устанавливается отдельным организационно - распорядительным документом. Результаты проведенного анкетирования клиентов систематизируются, документируются и подлежат анализу.

167. Результаты мониторинга рассматривают при проведении анализа со стороны руководства Компании и служат для определения необходимых корректирующих и предупреждающих действий, а также планирования и внедрения мер для улучшения качества обслуживания клиентов, в том числе для установления задач в рамках Комплексной программы развития Компании.

### **Анализ обратной связи с клиентами**

168. Обслуживание клиентов Компании основано на принципах «обратной связи» клиента и Компании:

- а) **активная обратная связь** выражается в самостоятельном проявлении инициативы клиентом в предоставлении своего мнения о качестве обслуживания, соблюдении процесса обслуживания в Компании;
- б) **пассивная обратная связь** выражается в обращении Компании к потребителю для выяснения степени удовлетворенности обслуживанием.

169. Обратная связь осуществляется по следующим каналам связи:

- а) лично непосредственно по адресу ЦОК МРО/ГО;
- б) письменно по почтовому адресу Компании, МРО/ГО;
- в) по телефону;
- г) по электронной почте;
- д) через корпоративный сайт Компании;
- е) через сервис «Личный кабинет клиента».

170. Организация обратной связи включает в себя предоставление клиентам информации об имеющихся каналах связи в Компании, позволяющих обеспечить направление обращений в адрес Компании.

171. Специалисты Компании в соответствии с установленным порядком осуществляют прием, регистрацию и рассмотрение обращений по всем каналам связи.

172. По результатам рассмотрения обращения клиенту предоставляется ответ в утвержденные законодательством сроки.

173. Ответ на обращение направляется клиенту по указанному им в обращении каналу связи. При невозможности предоставления ответа потребителю по указанному им каналу связи, отправка ответа на поступившее обращение осуществляется тем же способом, что и его получение. В случае невозможности направить потребителю ответ на обращение тем же способом, что и его получение, ответ направляется любым возможным способом, позволяющим подтвердить факт его доставки.

174. Для предоставления ответа, в том числе, используются письменные и электронные формы в соответствии с утвержденными в Компании внутренними регламентирующими документами и имеющейся «Базой знаний».

175. Структурное подразделение, ответственное за обеспечение клиентской поддержки в Компании, систематизирует и анализирует направленные клиентами обращения по всем каналам связи в соответствии с порядком, определенном внутренними регламентирующими документами. Результаты проведенного анализа отражаются в отчете по обратной связи с клиентами, содержащем рекомендации по улучшению качества обслуживания. Мероприятия по улучшению качества обслуживания клиентов из утвержденных руководством отчетов по обратной связи либо подлежат исполнению в текущем периоде, либо включаются в Комплексную программу развития Компании на следующий год.

## **VIII. Перечень приложений**

№ п/п	Указание на приложение	Заголовок приложения	Кол-во листов приложения
1	Приложение 1	Термины и определения, применяемые в Стандарте	1 лист
2	Приложение 2	Взаимодействие с клиентами при осуществлении энергосбытовой деятельности	5 листов

## Термины и определения, применяемые в Стандарте

**База знаний** - база данных, которая содержит структурированную информацию, разработанная для оперативного предоставления потребителям ответов на часто задаваемые вопросы.

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

**Жалоба** – одна из форм обращения, направленная клиентом в адрес Компании или должностного лица Компании в письменной или устной форме о нарушении прав или законных интересов клиента.

**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.

**«Интернет-приемная» корпоративного сайта**– интерактивный раздел для клиентов на веб-сайте Компании («написать в компанию»), позволяющий посетителю оставить комментарии.

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

**Клиент** – юридическое или физическое лицо, осуществляющее 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 телефону. Добавить определение

**Комплексная программа развития (КПР)** – программа, направленная на развитие в Компании услуг и сервисов, позволяющих обеспечить максимально удобные, по мнению клиента, процедуры взаимодействия. В качестве основных направлений развития, предусмотренных в Комплексной программе, выделяются развитие сервисов клиентского обслуживания, инфраструктуры, персонала, неосновных видов деятельности и другое.

**Личный кабинет клиента** – сервис сайта Компании, предназначенный для получения потребителем определенных видов услуг Общества посредством компьютеризированных устройств (персональный компьютер, планшет, мобильный телефон) без посещения ЦОК.

**Обращение** – индивидуальные или коллективные заявление, предложение, жалоба, 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.

**Потребитель (посетитель)** – см. **Клиент**.

**Сайт** - система управления доступом к сервисам и контентом Компании в сети Интернет.

**ЦОК МРО/ГО** – Центр обслуживания клиентов межрайонного/городского отделения – структурное подразделение Компании, осуществляющее очное обслуживание клиентов.

## Взаимодействие с клиентами при осуществлении энергосбытовой деятельности

1. Порядок заключения, изменения и расторжения договора энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности)) с потребителями представлен в таблице 1.

Таблица 1

### Последовательность, содержание этапов взаимодействия с клиентами при заключении, изменении, расторжении договоров

№ п/п	Содержание этапа
1	<b>Разработка и публикация форм договоров энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии)</b>
1.1	Разработка и/или изменение форм договоров энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности)) для обслуживаемых Компанией потребителей, отдельно по следующим категориям потребителей: <ul style="list-style-type: none"> <li>• граждане – потребители;</li> <li>• исполнители коммунальных услуг;</li> <li>• энергосбытовые (энергоснабжающие) организации;</li> <li>• прочие потребители Общества – дифференцированно по ценовым категориям (1-б);</li> <li>• сетевые организации, приобретающие электрическую энергию (мощность) на компенсацию потерь;</li> <li>• потребители, приравненные к населению;</li> <li>• государственные (муниципальные), бюджетные организации;</li> <li>• владельцы объектов микрогенерации</li> </ul>
1.2	Размещение разработанных форм договоров на сайте <a href="http://www.elektro-32.ru">www.elektro-32.ru</a>
2	<b>Заключение, изменение и расторжение договора энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности)) с потребителем – юридическим лицом</b>
2.1	Обращение клиента – юридического лица в ЦОК МРО/ГО компании с заявлением о заключении договора с приложением документов
2.2	Рассмотрение обращения и уведомление клиента о возможности заключения договора энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности)), либо о недостающих документах, необходимых для заключения такого договора
2.3	Предоставление клиенту мотивированного отказа от заключения договора в письменной форме
2.4	Урегулирование разногласий, подписание или отказ от подписания протокола разногласий, полученного от клиента по проекту договора Компании с разъяснениями причин отказа
2.5	Предоставление клиенту подписанного договора с приложениями к нему, либо варианта договора в редакции клиента с протоколом разногласий или без него

№ п/п	Содержание этапа
2.6	Уведомление клиента посредством направления дополнительного соглашения к договору о предложениях по внесению изменений в условия действующего договора по инициативе Компании с указанием в сопроводительном письме причин внесения изменений
2.7	Письменное уведомление Компании о расторжении договора (уменьшении объема приобретаемой электрической энергии (мощности)) способом, позволяющим подтвердить факт и дату получения указанного уведомления
2.8	<p>Направление потребителю, направившему уведомление о расторжении или изменении договора, счета на оплату:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• суммы задолженности потребителя по договору;</li> <li>• стоимости электрической энергии (мощности), рассчитанной до момента расторжения договора</li> </ul>
2.9	Уведомление об одностороннем отказе от исполнения договора с потребителем в случае неисполнения или исполнения ненадлежащим образом обязательств по оплате потребителем
3	<b>Заключение, изменение и расторжение договора энергоснабжения с потребителем – физическим лицом</b>
3.1	Обращение клиента физического лица в ЦОК МРО/ГО Компании с целью заключения договора с приложением документов
3.2	Оформление и организация подписания клиентом заявления на заключение договора энергоснабжения, формирование и предоставление клиенту подписанного со стороны Компании договора энергоснабжения, организация подписания клиентом договора энергоснабжения, либо уведомление клиента о предоставлении недостающих документов, необходимых для заключения договора
3.3	Уведомление клиента посредством направления дополнительного соглашения к договору о предложениях по внесению изменений в условия действующего договора, либо расторжении договора по инициативе Компании с указанием в сопроводительном письме причин внесения изменений
3.4	Письменное заявление о существенных изменениях условий договора, либо расторжении договора энергоснабжения

2. Организация расчетов за потребленную электрическую энергию представлена в таблице 2.

Таблица 2

**Последовательность, содержание этапов взаимодействия с клиентами при организации расчетов за потребленную электрическую энергию**

№ п/п	Содержание этапа
<b>1</b>	<b>Организация расчетов за потребленную электрическую энергию с потребителями – юридическими лицами</b>
1.1	Прием показаний приборов учета
1.2	Подготовка и предоставление клиентам платежных документов на оплату потребленной электрической энергии (мощности)
1.3	Проведение сверки расчетов
<b>2</b>	<b>Организация расчетов за потребленную электрическую энергию с потребителями – физическими лицами</b>
2.1	Контрольное снятие показаний приборов учета в соответствии с утвержденными в компании графиками
2.2	Прием показаний приборов учета
2.3	Формирование платежных документов на оплату потребленной электрической энергии (мощности)
2.4	Предоставление возможности внесения платы по договору энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии) различными способами: - через собственные кассы Компании; - на сайте Компании ( <a href="http://www.elektro-32.ru">www.elektro-32.ru</a> ) без регистрации; - через сервис «Личный кабинет клиента»; - через кассы, банкоматы, терминалы, интерактивные сервисы платёжных агентов, с которыми заключены договоры на приём платежей; - через любые кредитные организации, осуществляющие приём и перевод денежных средств на расчётные счета Общества за счёт плательщика
2.5	Проведение сверки расчетов

3. Организация работы с потребителями-неплательщиками представлена в таблице 3.

**Последовательность, содержание этапов взаимодействия с клиентами при организации работы с потребителями-неплательщиками**

№ п/п	Содержание этапа
<b>1</b>	<b>Порядок ввода ограничения в отношении клиентов - юридических лиц</b>
<b>1.1</b>	<b>Общий порядок ввода ограничения</b>
1.1.1	Формирование и вручение клиенту уведомления о введении ограничения режима потребления электрической энергии способом, определенным договором энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности))
1.1.2	В случае неоплаты клиентом накопленной задолженности в полном объеме вводится частичное ограничение режима потребления электрической энергии
1.1.3	В случае непогашения клиентом в полном объеме задолженности, содержащейся в уведомлении, вводится полное ограничение режима потребления электрической энергии
<b>1.2</b>	<b>Специальный порядок ввода ограничений (для клиентов, частичное или полное ограничение режима потребления которых может привести к возникновению угрозы жизни или здоровью людей, экологической безопасности или безопасности государства, а также в отношении клиентов, ограничение режима потребления которых ниже уровня аварийной брони не допускается)</b>
1.2.1	Уведомление потребителя и уполномоченных органов государственной власти о возможном введении ограничения режима потребления до уровня технологической брони (о частичном ограничении)
1.2.2	В случае невыполнения потребителем требований о погашении задолженности, содержащейся в уведомлении, вводится частичное ограничение до уровня технологической брони.
1.2.3	В случае непогашения клиентом в полном объеме задолженности, содержащейся в уведомлении, вводится ограничение режима потребления до уровня аварийной брони
1.2.4	В случае непогашения задолженности после введения ограничения до уровня аварийной брони в отношении потребителя вводится полное ограничение режима потребления электрической энергии
<b>2</b>	<b>Порядок ввода ограничения в отношении клиентов - физических лиц</b>
2.1	Формирование и вручение клиенту уведомления об ограничении режима потребления электрической энергии
2.2	В случае непогашения клиентом в полном объеме задолженности, содержащейся в уведомлении, вводится полное ограничение режима потребления электрической энергии