

**Стандарт качества обслуживания клиентов гарантирующего
поставщика электрической энергии филиала
“АтомЭнергоСбыт” Хакасия**

Предисловие

Настоящий стандарт обслуживания клиентов (далее – Стандарт) применяется филиалом «АтомЭнергоСбыт» Хакасия (далее – Компания) при организации обслуживания физических и юридических лиц. Он устанавливает общие требования к клиентскому обслуживанию, включая правила и характеристики очного и заочного обслуживания.

Стандарт введён во исполнение требований Основных положений функционирования розничных рынков электрической энергии и Правил полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии, утверждённых постановлением Правительства Российской Федерации от 4 мая 2012 г. № 442.

Стандарт доводится до сведения клиентов и других заинтересованных сторон путем публикации на веб-сайте Общества.

Оглавление

Предисловие	2
Глава 1. Общие положения	5
<i>Раздел 1. Область применения</i>	<i>5</i>
<i>Раздел 2. Нормативные ссылки</i>	<i>5</i>
<i>Раздел 3. Рабочие определения терминов, применяемых в Стандарте</i>	<i>6</i>
<i>Раздел 4. Цели и задачи.....</i>	<i>7</i>
Глава 2. Требования к компании по взаимодействию с клиентами	10
<i>Раздел 1. Принципы взаимодействия с клиентами</i>	<i>10</i>
<i>Раздел 2. Организационно-нормативное обеспечение</i>	<i>10</i>
<i>Раздел 3. Основные критерии и параметры взаимодействия с клиентами.....</i>	<i>12</i>
Глава 3. Организация очного обслуживания	13
<i>Раздел 1. Организация инфраструктуры при очном обслуживании</i>	<i>13</i>
<i>Раздел 2. Организация приёма клиентов</i>	<i>13</i>
<i>Раздел 3. Требования к зданиям, где располагается клиентский зал Центра обслуживания клиентов.....</i>	<i>15</i>
<i>Раздел 4. Требования к помещениям для приёма клиентов и зонам клиентского обслуживания</i>	<i>17</i>
<i>Раздел 5. Информационное обеспечение.....</i>	<i>19</i>
Глава 4 . Организация заочного обслуживания	21
<i>Раздел 1. Организация инфраструктуры заочного обслуживания</i>	<i>21</i>
<i>Раздел 2. Организация обработки обращений</i>	<i>22</i>
<i>Раздел 3. Алгоритм заочного обслуживания по почте</i>	<i>24</i>
Глава 5. Организация виртуального (интерактивного) обслуживания	26
<i>Раздел 1. Организация инфраструктуры интерактивного обслуживания.....</i>	<i>26</i>
<i>Раздел 2. Организация обработки обращений</i>	<i>28</i>
Глава 6. Требования к организации обратной связи с клиентами	31
Глава 7. Организация самообслуживания	33
Глава 8. Этика обслуживания клиентов	34
<i>Раздел 1. Общие принципы делового этикета</i>	<i>34</i>
<i>Раздел 2. Деловой этикет при очном обслуживании клиентов</i>	<i>35</i>
<i>Раздел 3. Внешний вид сотрудника при очном обслуживании клиентов</i>	<i>36</i>
<i>Раздел 4. Деловой этикет при телефонных переговорах</i>	<i>36</i>
<i>Раздел 5. Этика деловой переписки.....</i>	<i>37</i>
<i>Раздел 6. Особенности общения с людьми с ограниченными возможностями</i>	<i>37</i>
<i>Раздел 8. Взаимодействие с клиентами при оказании отдельных видов услуг</i>	<i>40</i>

Приложение 1..... 45

Глава 1. Общие положения

Раздел 1. Область применения

1. Настоящий Стандарт качества обслуживания клиентов (далее - Стандарт) является нормативным документом, устанавливающим базовые требования по взаимодействию с физическими и юридическими лицами.

2. Стандарт предназначен для применения в офисах, Центрах обслуживания клиентов, в Контакт-центре, а также в филиале «АтомЭнергоСбыт» Хакасия.

Раздел 2. Нормативные ссылки

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

- Гражданский кодекс Российской Федерации;
- Жилищный кодекс Российской Федерации;
- Федеральный закон Российской Федерации от 26 марта 2003 г. №35 «Об электроэнергетике»;
- Закон Российской Федерации от 2 мая 2006 г. № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации»;
- Закон Российской Федерации от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании» (в ред. от 01.05.2007 г. N 65-ФЗ);
- Правила недискриминационного доступа к услугам по передаче электрической энергии и оказания услуг по передаче электрической энергии и оказания этих услуг, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 27 декабря 2004г. №861;
- ГОСТ 32144-2013 Межгосударственный стандарт «Электрическая энергия. Совместимость технических средств электромагнитная. Нормы качества электрической энергии в системах электроснабжения общего назначения», введен в действие Постановлением Госстандарта Российской Федерации с 1 января 2014 г.;
- ГОСТ Р ИСО 9000-2008 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь», введен 10 сентября 2009 г.;
- ГОСТ 30335-95/ ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения», введен 1 июля 1994 г.;
- Основные положения функционирования розничных рынков электрической энергии и Правила полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии, утверждённые постановлением Правительства Российской Федерации от 4 мая 2012 г. № 442;
- Правила предоставления коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов, утверждённые постановлением Правительства Российской Федерации от 6 мая 2011 г. № 354.

- Постановление Правительства Российской Федерации от 6 апреля 2013 №344 «О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации по вопросам предоставления коммунальных услуг».

Раздел 3. Рабочие определения терминов, применяемых в Стандарте

Применительно к настоящему Стандарту используются следующие термины и определения:

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

Администратор – сотрудник, ответственный за приём клиентов и контроль хода выполнения работ в центрах очного обслуживания клиентов. Обязанность администратора вводится при наличии окон обслуживания клиентов более 5 (пяти). Функциями Администратора может быть наделен любой сотрудник ЦОК по распоряжению руководителя.

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

Заочное обслуживание – обслуживание клиентов без личного контакта сотрудниками компаний посредством телефона, почты, электронной почты, сети Интернет.

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

Интерактивный автоответчик (IVR) (с англ. Interactive Voice Responder) – интерактивная информационно-справочная система, необходимая для автоматизации обработки запросов клиентов с помощью тонального набора или голосом. Также озвучивает приветствие, информацию и вспомогательные данные с помощью предварительно записанных голосовых сообщений или синтеза речи.

Контакт-центр (Call-центр), – совокупность оборудования, программного обеспечения, специалистов, процессов для обеспечения заочного обслуживания клиентов по телефону.

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

Компания – филиал «АтомЭнергоСбыт» Хакасия.

Отрицательный звонок – сообщение автоинформатора, которое было передано, но клиент его не получил.

Очное обслуживание – обслуживание клиентов посредством личного контакта

с сотрудниками компаний.

Положительный звонок – сообщение автоинформатора, которое клиент получил.

Клиент – физическое или юридическое лицо, индивидуальный предприниматель без образования юридического лица, заключившие в установленном порядке договор энергоснабжения, договор на оказание коммерческих услуг, энергосервисный контракт или обратившийся в Общество для заключения настоящих договоров (контракта), а также за услугами, не требующими их заключения.

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

Система управления взаимоотношениями с клиентом (англ. Customer Relationship Management) – часть системы управления компанией, которая обеспечивает анализ бизнес-процессов с точки зрения интересов клиентов и позволяет создать в компании общую для всех структурных подразделений платформу по взаимодействию с клиентами. Включает такие подсистемы, как изучение потребностей и ожиданий, управление контактами с клиентами и др.

Тоновый набор, тональный набор, тональный сигнал (англ. Dual-Tone Multi-Frequency, DTMF) – двухтоновый многочастотный аналоговый сигнал, используемый для набора телефонного номера, а также для различных интерактивных систем, например голосового автоответа.

Центр обслуживания клиентов – офис, предназначенный для приёма обращений клиентов по вопросам энергопотребления, расчётов за потребленные энергоресурсы, осуществления коммунальных платежей, создания комфортной, эргономичной среды взаимодействия, повышения эффективности обслуживания.

Mail-робот – программа обработки входящей и исходящей электронной корреспонденции.

Short Message Service – (с англ. короткое текстовое сообщение) текстовые сообщения объёмом не более 160 знаков, использующиеся в основном для коммуникации и обмена информацией, распространяются посредством мобильной телефонии и через сеть Интернет.

Раздел 4. Цели и задачи

Цель Стандарта – установление норм и правил взаимодействия с клиентами, разработка единых требований к качеству обслуживания, оптимизация и формализация процессов взаимодействия компании-поставщика и потребителей её ресурсов (клиентов), а также переход на заочные формы обслуживания, исполнение требований действующего законодательства в отношении гарантирующего поставщика электрической энергии.

1. Обслуживание Обществом клиентов осуществляется в соответствии со следующими требованиями:

1.1. осуществление разработки, размещения и опубликования разработанных форм договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)) в соответствии с требованиями действующего законодательства РФ;

1.2. заключение с потребителем (покупателем) договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности));

1.3. наличие и функционирование центров очного обслуживания клиентов (обслуживание посредством личного контакта с работниками организации), а также осуществление заочного обслуживания клиентов (обслуживание потребителей с безличным контактом с работниками организации, в том числе по телефону, почте или через сеть), а также обеспечение наличия бесплатных телефонных или телекоммуникационных каналов связи между гарантирующим поставщиком и клиентами;

1.4. снятие и прием показаний приборов учета, а также обеспечение приема показаний приборов учета от потребителей (покупателей) способами, допускающими возможность удаленной передачи сведений о показаниях приборов учета (телефон, сеть Интернет и др.);

1.5. обеспечение выставления клиенту счетов на оплату электрической энергии способами, допускающими возможность их удаленной передачи (почта, сеть Интернет и др.);

1.6. обеспечение клиенту возможности внесения платы по договору энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)) различными способами, в том числе непосредственно гарантирующему поставщику без оплаты комиссии (для граждан);

1.7. организация приема обращений клиентов по вопросам поставки некачественной электрической энергии или прекращения поставки электрической энергии, а также консультирования клиентов о причинах поставки некачественной электрической энергии или прекращения поставки электрической энергии;

1.8. организация приема иных обращений клиентов в адрес гарантирующего поставщика письменно или устно, в том числе посредством телефонной связи, сети Интернет, электронной почты, а также оперативного ответа на них по существу с возможностью решения вопроса клиента за 1 обращение;

1.9. предоставление клиенту путем размещения в центрах очного обслуживания и (или) на официальном сайте в сети Интернет, а также по его запросу следующей информации:

- документы, необходимые для заключения договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)), порядок его заключения, а также порядок получения информации о состоянии процесса заключения договора с потребителем (покупателем);

- формы договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)), разработанные и размещенные гарантирующим поставщиком;

- разработанные и внедренные гарантирующим поставщиком стандарты качества обслуживания клиентов и изменения указанных стандартов;
- порядок и условия внесения платежей по договору энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности));
- порядок и условия приема показаний приборов учета и последствия вывода из строя приборов учета либо отсутствия приборов учета;
- возможные последствия нарушения обязательств по оплате электрической энергии в виде введения полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии, а по запросу клиента – размер задолженности по оплате электрической энергии;
- размер и порядок расчета стоимости электрической энергии, действующие тарифы ;
- график обслуживания потребителей (покупателей) в центрах очного и заочного обслуживания потребителей (покупателей), а также адреса и телефоны указанных центров;
- порядок подачи обращений, претензий и жалоб на действия гарантирующего поставщика;
- иные, наиболее часто задаваемые вопросы, возникающие у клиентов, и ответы на них.

2. Стандарт определяет и регламентирует требования к следующим процедурам взаимодействия:

- анализ потребностей и ожиданий клиентов посредством обработки обращений клиентов;
- текущее обслуживание (очное, заочное и интерактивное);
- реагирование на жалобы и обращения, обеспечение «обратной связи»;
- оценка степени удовлетворённости качеством услуг электроснабжения и качеством обслуживания;
- осуществление мониторинга и контроля над обслуживанием клиентов, в том числе за исполнением решений, принятых по жалобам и обращениям клиентов;
- обеспечение информированности.

Стандарт определяет и регламентирует основные направления повышения удовлетворённости клиентов качеством услуг электроснабжения и качеством обслуживания:

- оптимизация внутренних бизнес-процессов, связанных с обслуживанием клиентов;
- оптимизация затрат клиентов и компании;
- создание комфортных условий и доброжелательного отношения к клиенту.

Глава 2. Требования к компании по взаимодействию с клиентами

Раздел 1. Принципы взаимодействия с клиентами

1. Основными принципами взаимодействия Компании с клиентами является качество и доступность обслуживания, под которой понимается:

1. Организационная доступность. Правила пользования услугами компании должны быть прозрачны и исполнимы.

2. Территориальная доступность (предоставление качественного обслуживания независимо от удаленности места проживания (нахождения)).

3. Информационная доступность (клиенты надлежащим образом информируются о стоимости услуг, размере тарифов и цен на оплату электроэнергии).

2. Обслуживание клиентов основано на принципе «обратной связи» и предполагает соответствующие изменения в деятельности компании в ответ на потребности и ожидания клиентов.

3. Клиентам обеспечивается объективное и непредвзятое рассмотрение обращений и жалоб в установленные сроки.

4. Рассмотрение обращений и жалоб исходит из принципа добросовестности клиента. При рассмотрении обращений физических лиц учитывается уровень подготовки клиента (его юридических и технических знаний) по существу данного обращения.

5. Клиентам, физическим и юридическим (должностным) лицам, обеспечивается защита персональных данных. Компания использует полученную от клиентов персональную информацию, такую как имя и фамилия, адрес, адрес электронной почты, номера телефона и факса, исключительно с целью исполнения обязательств по договору энергоснабжения с привлечением на основании заключенных договоров, содержащих условие об обеспечении требований законодательства Российской Федерации о защите персональных данных, третьих лиц для выполнения следующих работ: снятие показаний индивидуальных, общих (квартирных), коллективных (общедомовых) приборов учета, подготовка и доставка клиенту платежных документов на оплату потребленной энергии, начисление платы за услуги энергоснабжения, подготовка и доставка клиенту уведомлений, извещений об ограничении режима электропотребления, прием платежей за услуги электроснабжения.

Раздел 2. Организационно-нормативное обеспечение

1. Система обслуживания в компании организуется таким образом, чтобы обеспечить оптимальный баланс качества и стоимости обслуживания и удовлетворение требований клиентов в соответствии с законодательством Российской Федерации.

2. Общие вопросы организации системы взаимодействия с клиентами определяются в соответствии с концепцией клиентоориентированной политики и стратегией развития компании.

3. В Компании на все структурные подразделения, занятые в работе с клиентами, возлагаются следующие функции:

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

4. Руководители и специалисты (ответственные исполнители структурного подразделения компании, в функции которого входит оказание услуг) других структурных подразделений взаимодействуют с Центром обслуживания клиентов. Каждое из структурных подразделений, деятельность которых затрагивает интересы клиентов, даёт предложения по улучшению работы с клиентами и участвует в реализации соответствующего плана мероприятий.

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

6. Для создания и поддержания системы централизованного обслуживания клиентов компания обеспечивает наличие:

- квалифицированных специалистов, ответственных за взаимодействие с клиентами и организацию клиентского обслуживания;
- помещений для приёма клиентов;
- компьютерного оборудования и единого программного обеспечения для расчёта и формирования отчётов;
- формализованных в соответствующей регламентирующей документации бизнес-процессов взаимодействия компаний с клиентами.

9. С учётом настоящего Стандарта разрабатываются следующие документы:

- регламенты оказания услуг, реагирования на жалобы и обращения, а также взаимодействия компании с органами государственной власти и другими заинтересованными сторонами при очном, заочном и интерактивном обслуживании клиентов;
- техника обслуживания клиентов, которая включает в себя схему общения с клиентами;

- стандарт оформления Центров обслуживания клиентов, в котором указываются правила оформления экстерьеров, интерьеров офисов, правила и порядок размещения раздаточного материала, правила оформления витрин;

- должностные и рабочие инструкции сотрудников, обслуживающих клиентов;

- стандартные формы статистической отчётности, положение о контроле качества обслуживания клиентов.

Раздел 3. Основные критерии и параметры взаимодействия с клиентами

1. Эффективный процесс взаимодействия с клиентами характеризуется следующими параметрами:

- единообразие требований к качеству предоставления услуг, соблюдение установленных сроков по всем процедурам взаимодействия;

- индивидуальный подход к клиентам;

- минимизация времени затраченного на обслуживание, в том числе посредством минимизации очных контактов с клиентами компании;

- оперативность реагирования на жалобы и обращения;

- полнота, актуальность и достоверность информации, мультиканальность предоставления информации.

2. Ключевым критерием оценки качества взаимодействия с клиентами является обеспечение качества клиентского обслуживания.

3. В настоящем Стандарте устанавливаются следующие критерии качества клиентского обслуживания:

- полнота, актуальность и достоверность информации об объеме, порядке предоставления и стоимости услуг;

- исполнение в установленный срок всех процедур, предусмотренных Стандартом и другими организационно-распорядительными документами по реализации клиентской политики, в том числе по рассмотрению обращений и жалоб клиентов;

- наличие эффективной обратной связи с клиентами, позволяющей в разумные сроки разрешать возникающие в процессе деятельности вопросы, в том числе связанные с качеством и стоимостью оказываемых услуг.

4. Проводится оценка качества клиентского обслуживания, согласно утвержденных Обществом (Филиалом/ОП) внутренних локально-нормативных актов и Регламентов.

5. Компания несёт ответственность за соблюдение вышеуказанных критериев своими подрядчиками, если таковые привлекаются к обслуживанию клиентов. Подрядчик выстраивает свою работу исходя из требований Стандарта.

Глава 3. Организация очного обслуживания

Раздел 1. Организация инфраструктуры при очном обслуживании

1. Очное обслуживание клиентов осуществляется в течение всего рабочего дня по утвержденным графикам работы. Адреса Центров обслуживания клиентов Компании указаны в **Приложении 1** к настоящему Стандарту.

3. Количество и места расположения Центров обслуживания клиентов определяются исходя из принципа доступности очного обслуживания и охвата всей зоны деятельности Гарантирующего поставщика.

4. При определении размещения отделений и участков Компании учитываются требования законодательства субъекта Российской Федерации, применяющиеся для установления границ муниципальных образований и их административных центров, и территориальная доступность.

5. Во избежание возникновения непредвиденных ситуаций, в целях соблюдения общественного порядка, а также в целях осуществления контроля за качеством обслуживания клиентов в Центрах обслуживания клиентов предусмотреть по возможности запись разговора и видеонаблюдение.

6. График телефонного обслуживания в Отделениях и участках должен совпадать с графиком работы Отделения и участка. При этом при очном обслуживании клиента приоритет очному обслуживанию, отвечать на телефонный звонок – при отсутствии контакта с клиентом (при наличии свободного времени).

Раздел 2. Организация приёма клиентов

1. Приём клиентов организуется в каждом отделении, участке.

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

3. В клиентском зале центральных офисов Компании по возможности должна присутствовать электронная очередь, в других Центрах обслуживания клиентов, где количество окон обслуживания превышает пять, должен присутствовать администратор клиентского зала:

всегда в пиковые часы;

на «переходный период» при введении новых требований по расчёту;

на «переходный период» при введении новых технологий обслуживания (например: электронной очереди или иных терминалов).

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

5. Режим работы клиентского зала Центра обслуживания клиентов должен быть удобен клиенту.

5.1. В областных центрах график работы ЦОК (хотя бы один ЦОК в областном центре) должен быть удлинен в вечерние часы в будни, а также в выходной день ЦОК должен работать не менее 5 часов.

5.2. В Центрах обслуживания клиентов, где количество окон обслуживания превышает два, перерыв (технический или обеденный) не может быть одновременно у всех сотрудников, осуществляющих личный прием клиентов, относящихся к категории физические лица.

6. Алгоритм очного обслуживания клиента.

6.1. Специалист по обслуживанию клиентов (специалист, кассир, агент и др.) обращается к клиенту с предложением помочь в решении вопроса, по которому клиент посетил офис. Фирменное приветствие: «Здравствуйте! Чем я могу Вам помочь?»

6.2. В случае если в клиентском зале работает администратор, он приветствует клиента и проводит первичный приём, выясняет потребность и направляет на приём к специалисту по обслуживанию клиентов.

6.3. Специалист персонифицирует обращение с клиентом (спрашивает: «Как я могу к Вам обратиться?»), проводит сверку лицевого счёта, уточняет у клиента телефон, адрес эл.почты, согласие на обработку персональных данных, паспортные данные, характеристики объекта (записывает в единую программу).

6.4. Специалист предоставляет необходимую информацию клиенту по тематике обращения. Помогает клиенту сформулировать вопрос, задаёт уточняющие вопросы, чтобы максимально точно и быстро ответить на обращение клиента.

6.4.1. Специалист по обслуживанию клиентов выполняет функции по реализации потребностей клиента в рамках своих должностных обязанностей.

6.4.2. Сотрудник клиентского зала должен дать качественную (квалифицированную) консультацию. Вопросы по основной и общей информации по дополнительной деятельности предполагают полную обработку и предоставление ответа (решения), по дополнительной деятельности – частичную обработку и предоставление необходимых контактов; вопросы по деятельности других организаций (сетей, УК, аварийных служб) – предоставление контактов; иные вопросы – вежливый твёрдый отказ.

6.4.3. В случае необходимости специалист самостоятельно проводит взаимодействие с подразделениями компании для решения вопроса клиента.

6.4.4. Специалист уточняет у клиента о наличии дополнительных нерешённых вопросов.

6.4.5. Специалист при возможности (если нет очереди, и клиент не возражает) предоставляет дополнительную информацию, даёт информационные листовки о новых сервисах, дополнительных услугах и др.

6.5. Завершает разговор фразой: «Спасибо за обращение!».

Устанавливаются следующие типовые параметры средней продолжительности взаимодействия с клиентами:

Форма взаимодействия	Критерий	Параметр (среднее значение)
Центры обслуживания клиентов		
Обслуживание специалистом – консультация	Ожидание в очереди	10 минут
	Приём	10 минут
Обслуживание специалистом – кассовая операция	Ожидание в очереди	5 минут
	Приём	5 минут
Обслуживание специалистом – консультация и кассовая операция	Ожидание в очереди	15 минут
	Приём	15 минут.
Общее время обслуживания клиента		не более 30 минут

Раздел 3. Требования к зданиям, где располагается клиентский зал Центра обслуживания клиентов

1. Очное обслуживание организуется:

в местах с развитой городской инфраструктурой (недалеко от ТЦ, основных магазинов и т.д.);

по возможности на 1-ой линии домов по отношению к дороге;

на 1-м этаже здания (оптимально);

близко к транспортным маршрутам – не далее 500 метров от остановки общественного транспорта (в городе);

недалеко от центральных улиц населенного пункта (в области).

2. Помещения Центров обслуживания клиентов должны обеспечивать беспрепятственный доступ посетителей, в том числе граждан с ограниченными возможностями (маломобильные группы населения):

лестница входной группы оборудована поручнями (при наличии более 3 ступенек);

по возможности вход в здание должен быть оборудован специальными устройствами для людей с ограниченными возможностями (пандусами, расширенными проходами, позволяющими обеспечить беспрепятственное передвижение инвалидов) либо кнопками вызова.

При невозможности оборудовать помещение надлежащим образом организуется обслуживание инвалидов и лиц с ограниченными физическими возможностями на дому и/или используется другой способ обеспечения доступности обслуживания.

3. В здании и помещении Центра обслуживания клиентов должен быть проведён необходимый текущий и капитальный ремонт, мебель офиса должна выглядеть соответственно фирменному офисному стилю компании, она не должна быть устаревшей и должна создавать впечатление современно оснащённого Центра обслуживания клиентов.

4. Для безопасности сотрудников и клиентов, а также обеспечения комфортных условий обслуживания помещение оборудуется (по возможности и при необходимости):

противопожарной системой и средствами пожаротушения;

физической охраной или тревожной кнопкой;

кулерами с питьевой водой и одноразовыми стаканами;

кондиционерами.

5. Вход и выход (включая аварийный) из помещения оборудуются соответствующими указателями с автономными источниками бесперебойного питания (по возможности и при необходимости).

6. Элементы интерьера здания и кассовой зоны выполнены в корпоративном стиле: вывески, указатели, информационные и рекламные баннеры, стенды и стойки с информацией, витрины, иные элементы оформления здания и помещения (согласно бренд-буку Общества).

7. Информационные указатели, оформленные в едином корпоративном стиле, размещаются:

1) У центрального входа в помещение:

вывеска с названием компании;

таблички с указанием компаний-участников (если организовано комплексное обслуживание);

табличка с информацией о режиме работы.

2) При наличии внутренних помещений у входа в каждое из них монтируется табличка с наименованием и перечнем вопросов, по которым ведётся приём.

3) По направлению к Центру обслуживания (при необходимости) – уличные указатели, показывающие направление движения к офису очного приёма клиентов, оформленные единообразно, в корпоративном стиле компании.

8. Придомовая территория и входная группа находятся в надлежащем состоянии:

около входа в офис имеется урна для мусора;

лестница и подход к ней очищены ото льда и снега, убран мусор.

9. Рядом со зданием офиса по возможности должно быть обеспечено наличие бесплатной парковки для клиентов из расчета 1 машино-место на 1 операционное место сотрудника в клиентском зале (для физических и юридических лиц) или из расчёта 3 машино-места для клиентов на 10 сотрудников.

10. Здания должны соответствовать требованиям СанПиН, СНИП, требованиям пожарной безопасности и обеспечена безопасность внутри помещения.

Раздел 4. Требования к помещениям для приёма клиентов и зонам клиентского обслуживания

1. При размещении помещения для очного приёма клиентов в одном здании с другими организациями должна обеспечиваться их взаимная планировочная изоляция:

помещение не должно быть проходным;

проход не должен осуществляться через помещения других организаций, (кроме мест общего пользования);

помещение должно предусматривать независимый режим работы.

2. В офисах организуются отдельные зоны обслуживания для физических и юридических лиц. При невозможности организовать клиентскую зону в отдельных помещениях необходимо разделить одно помещение на зоны обслуживания.

3. В помещении предусмотрена операционная зона для сотрудников. Площадь операционной зоны не менее 4,5 кв. м на 1 сотрудника.

4. В клиентском зале должна быть оборудована зона ожидания клиентов, позволяющая разместить всех клиентов в пиковые дни (часы) приёма (оптимально). Площадь зоны не менее 4 кв. м на 1 сотрудника, обслуживающего клиента (1 место для обслуживания).

5. По возможности помещение должно быть обеспечено системой кондиционирования.

6. Должна быть обеспечена возможность доступа клиента в туалет (по требованию клиента).

7. Сотрудники, осуществляющие приём и обслуживание клиентов, должны сидеть к ним лицом. Столы расставляются в соответствии с этим требованием.

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

7.2. При обслуживании в «окнах» со стороны клиента должно быть предусмотрено место для работы с документами, на стойке должны быть письменные принадлежности для пользования

клиентом (ручки с фиксацией).

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

9. Должно быть обеспечено надлежащее состояние рабочих мест сотрудников в зоне клиентского обслуживания и иных помещениях, в которых ведется личный приём клиентов, то есть не допускается присутствие на столах личных вещей (чашек, фотографий, сувениров).

10. Специалистам по обслуживанию необходимо следить за тем, чтобы рабочие и рекламные материалы были аккуратно разложены.

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

компьютер с доступом на корпоративный сайт компании и в актуальную базу данных, с возможностью вносить изменения (в зависимости от вопроса клиента и прав доступа);

возможность доступа к факсу, внутреннему телефону (для связи с иными сотрудниками компании с целью решения проблемы клиента), электронной почте.

12. Зона клиентского обслуживания Центра обслуживания клиентов оформляется в корпоративном стиле, в ней должно быть обеспечено наличие:

стульев, банкеток или другой мебели для использования клиентами во время ожидания в очереди;

не менее 1 или 2 стульев на 1 окно (стол) приёма клиентов;

отдельного стола или выделенного места на столе специалиста для оформления документов во время ожидания приёма;

канцелярских принадлежностей (ручек с фиксацией и бумаги для записей);

мусорного ведра;

кулера (по возможности);

больших настенных часов.

13. При возможности клиентский зал может быть обеспечен:

занимательными материалами для детей (например, бумага для рисования, карандаши, раскраски для детей, доска с мелками, стульчики и стол и т.п.);

электронной очередью (со звуковым оповещением для людей с нарушением слуха);

терминалами, оформленными в корпоративном стиле (платёжными, информационными);

платёжным терминалом для оплаты пластиковой картой.

14. Каждый Центр обслуживания клиентов оборудуется информационным стендом. Центр обслуживания клиентов Компании (в областных центрах) – специальным ящиком для анонимной

обратной связи (для проведения анкетирования по вопросам оценки качества обслуживания и предложений по его улучшению).

15. Каждый Центр обслуживания клиентов имеет книгу предложений и жалоб.

1. Книга ежедневно просматривается ответственным специалистом.

2. Каждое предложение и жалоба клиента, касающаяся обслуживания и развития деятельности компании, направляется в головной офис Компании (по территориальной расположенности) для рассмотрения. Регистрация и обработка жалоб и обращений клиентов ведется в соответствии с утвержденными локально-нормативными актами.

16. Каждый клиентский зал, по возможности, должен иметь зону для продажи дополнительных услуг.

1. Зона должна быть оборудована в корпоративном стиле и иметь:

1) витрину с розничными товарами (лампочки, осветительные приборы иной ассортимент), которые может быть приобрести клиент;

2) информационный стенд с рекламой дополнительных услуг;

3) демонстрационный стенд с товарами или их изображениями (при наличии свободного места);

4) товары, заявленные в витрине и рекламе на стенде.

2. Витрины должны быть оформлены в соответствии с утвержденным Брендбуком Общества и Стандартом оформления точек продаж.

Раздел 5. Информационное обеспечение

1. Информация, размещаемая в клиентском зале, должна быть оформлена в соответствии с едиными правилами и быть:

актуальной (своевременное обновление);

понятной для клиентов;

с соблюдением корпоративного стиля.

2. Информационные материалы должны быть размещены в Клиентском зале:

на стойках в зоне приёма;

столах в зоне ожидания;

стойках с брошюрами;

стендах с информацией.

3. В каждом Центре обслуживания клиентов должна быть размещена в обязательном порядке следующая информация:

1) перечень документов, необходимых для заключения договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)), порядок заключения договора, а также

порядок получения информации о состоянии процесса заключения договора с клиентом (потребителем);

2) формы договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности));

3) порядок и условия внесения платежей по договору энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности));

4) порядок и условия приёма показаний приборов учета и последствия вывода из строя приборов учёта либо отсутствия приборов учёта;

5) возможные последствия при нарушении обязательств по оплате электрической энергии, выразившиеся во введении полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии, а по запросу клиента – указание размера задолженности по оплате электрической энергии и стоимости услуг по введению ограничения режима электроснабжения и его возобновлению, а также стоимости услуг при нарушении клиентом введённого ранее в его отношении режима электропотребления;

6) возможные последствия при осуществлении несанкционированного вмешательства в работу индивидуального, общего (квартирного) прибора учёта, повлекшие искажение показаний такого прибора учёта, с указанием способа расчёта доначисления за данное нарушение;

7) размер и порядок расчёта стоимости электрической энергии, действующие тарифы и льготы;

8) график обслуживания клиентов в центрах очного и заочного обслуживания клиентов, а также адреса и телефоны указанных центров;

9) порядок подачи обращений, претензий и жалоб на действия гарантирующего поставщика;

10) иные, наиболее часто задаваемые вопросы, возникающие у клиентов, и ответы на них;

11) информация по дополнительной деятельности, прейскурант на розничную продукцию и стандартные услуги;

12) информация о правах клиента (отдельно для физических и юридических лиц):

информация о том, куда и как можно пожаловаться, обратиться, порядок обращения в компанию с жалобой / предложением;

телефоны, по которым можно задать любой вопрос по обслуживанию (в том числе Контакт-центр);

краткая информация о требованиях к обслуживанию.

4. По возможности крупные Центры обслуживания клиентов должны быть оснащены информационными и платёжными терминалами.

Глава 4 . Организация заочного обслуживания

Раздел 1. Организация инфраструктуры заочного обслуживания

1. Система заочного обслуживания клиентов включает в себя два канала связи:

1.1. Телефон Контакт-центра (бесплатный для клиента и альтернативный), телефон отделений и участков Общества, факс, телефон доверия, короткие сообщения-sms;

1.2. Почта (почтовая переписка, электронная почта);

1.3. Личный кабинет.

2. Контакт-центр представляет собой централизованную службу, обратившись в которую по телефону, клиент может быстро получить ответ на интересующий вопрос по теме энергоснабжения, информацию по услугам, узнать причину поставки некачественной электроэнергии или прекращения поставки электроэнергии, а также передать необходимую информацию, оставить предложение, жалобу.

2.1. Контакт-центр осуществляет обработку входящих вызовов с информированием клиента.

При исходящем вызове возможен уточняющий запрос данных от клиента.

2.1.1. Операторы Контакт-центра совершают обзвон клиентов с целью информирования о необходимости произвести оплату накопившейся задолженности, а также с целью совершения продаж дополнительных услуг.

3. Устанавливаются следующие параметры деятельности Контакт-центра:

3.1. Звонок по телефону бесплатен для клиента.

3.2. Прием вызовов специалистами Контакт-центра должен осуществляться в удобное для клиента время, перерыв не может быть у всех сотрудников, принимающих звонки, одновременно.

3.3. Контакт-центр должен принимать звонки от клиентов по вопросам расчетов 6 дней в неделю, рабочее и вечернее время (с 8.00 до 20.00 в рабочие дни, в субботу с 9.00 до 14.00).

3.4. Для контроля качества обслуживания клиентов, урегулирования сложных и непредвиденных ситуаций осуществляется запись разговоров, о которой клиент предупреждается в начале телефонного разговора.

3.5. Для оптимизации деятельности и учёта эффективности работы персонала Контакт-центра необходимо использование:

оборудования, позволяющего во время соединения клиента с оператором автоматически производить регистрацию звонка по теме обращения;

системы сбора статистики о работе операторов служб.

3.6. Нарушения в работе телефонной связи допускаются на время, не превышающее двух часов (исключая экстренные случаи).

3.7. Для Контакт-центра должно быть обеспечено наличие сервиса, позволяющего принимать показания приборов учета от клиентов в тональном режиме.

3.8. Должна быть обеспечена звуковая изоляция сотрудников, сотрудники должны быть обеспечены гарнитурами (наушники с микрофоном).

3.9. Контакт с клиентом должен быть осуществлён с применением единых стандартов общения с клиентом, предусматривающий: единые правила этикета, шаблоны ответов (обращений к клиенту, ответов на часто задаваемые вопросы и т.п.), единый перечень действий по работе с обращениями клиента (в зависимости от тематики).

3.10. Может проводиться опрос (обзвон) клиентов с целью оценки качества обслуживания во всех точках выхода компании на клиентов, а также с целью предложения дополнительных услуг, предоставляемых компанией.

3.11. Исходя из классификатора обращений и вопросов, должна фиксироваться информация обо всех обращениях (фиксация даты приёма, ФИО сотрудника, тематика обращения).

Раздел 2. Организация обработки обращений

1. Приём звонков осуществляют специалисты Контакт-центра, при возникновении необходимости - специалисты Отделений и участков.

2. Приём звонков от клиентов осуществляется сотрудником, для которого приём телефонных звонков является первостепенной задачей.

3. Решение вопроса клиента должно осуществляться оператором Контакт-центра и специалистом в Отделении или участке за один контакт – в течение 15 минут, за исключением сложных вопросов (время обслуживания превышает 15 минут или требуется консультация узкого специалиста).

4. Если поступает сложный вопрос, то сотрудник записывает контактные данные клиента и обязуется перезвонить клиенту в течение рабочего дня. В случае, если решение вопроса требует больше времени, то специалист согласует с клиентом более поздний срок для предоставления ответа, но не превышающий 5 рабочих дней.

5. Специалисты, обеспечивающие заочное обслуживание клиентов, используют единые информационные базы данных, посредством которых синхронизируется их деятельность и не допускается повторный запрос информации от клиента.

6. Все заочные обращения, поступающие в адрес компании, регистрируются и обрабатываются в соответствии с утвержденными внутренними локально-нормативными актами Общества (Филиала/ОП). В Центральный аппарат Компании предоставляется информация о количестве и тематике обращений.

7. Качественная (квалифицированная) консультативная поддержка клиентов (физических и юридических лиц), ответы на обращения, информирование по условиям обслуживания соответствует следующему:

вопросы по основной деятельности предполагают полную отработку вопроса;

вопросы по дополнительной деятельности – частичную отработку и предоставление необходимых контактов;

вопросы по деятельности других организаций, не связанные с основной деятельностью Компании (сети, УК, аварийные службы и т.д.), – предоставление контактов;

иные вопросы – вежливый твёрдый отказ.

8. Все обращения по телефону записываются, и их запись хранится не менее 6 месяцев.

9. Регистрация и обработка телефонных вызовов осуществляется операторами, прошедшими соответствующее обучение, в том числе по технике обслуживания клиентов.

10. Перечень вопросов, на которые оператор отвечает самостоятельно или осуществляет соединение со специалистом компании, определяется соответствующим регламентирующим документом (при необходимости), в приложении к этому документу в актуальной информации поддерживается перечень вопросов в формате вопрос-ответ.

11. Интерактивная информационно-справочная система (IVR) используется как вспомогательная функция Контакт-центра для предоставления клиентам типовой справочной информации по телефону в автоматическом режиме.

11.1. При функционировании IVR клиенту обеспечивается возможность:

набрав номер телефона, попасть в главное меню, откуда посредством набора, в тональном режиме, необходимого номера перейти в интересующий пункт подменю;

вернуться на предыдущий уровень меню или связаться с оператором;

дождаться ответа оператора в случае, если возникли сложности с набором в тональном режиме.

11.2. Варианты сообщений IVR должны быть ориентированы на различную степень информационной подготовленности клиента.

11.3. Время ожидания ответа оператора (после окончания автоинформирования или выбор соответствующего пункта IVR) не должно превышать 30 секунд.

11.4. При организации системы заочного обслуживания через IVR должны быть учтены следующие требования:

Параметр	Требование
Уровни вложения	4+1 (пятый уровень – соединение с оператором)

Параметр	Требование
Позиции на уровне	Не более 7
Время предоставления информации на уровне	не более 60 секунд
Время ожидания соединения с оператором (после окончания автоинформирования или выбор соответствующего пункта IVR)	не более 30 секунд

11.5. Перевод на оператора

Раздел 3. Алгоритм заочного обслуживания по почте

1. Ответственным исполнителем производится регистрация и обработка письменного обращения.

2. Ответ на обращение физического лица готовит специалист по работе с физическими лицами, назначенный руководителем соответствующего структурного подразделения, на обращение юридического лица – специалист по работе с юридическими лицами, назначенный руководителем соответствующего структурного подразделения.

3. Ответ на каждое полученное письмо клиента, содержащий результаты рассмотрения обращения, направляется не позднее 14 календарных дней с момента получения обращения по тому же каналу связи, если не указано иного.

4. Ответ оформляется в печатном виде на фирменном бланке компании, подписывается должностным лицом, ответственным за работу с клиентами, содержит ответ по существу обращения клиента и контактные данные исполнителя.

5. Действия по рассмотренному заявлению не производятся, с уведомлением об этом клиента, в случаях:

если письменное обращение содержит нецензурные, либо оскорбительные выражения, угрозы жизни, здоровью и имуществу сотрудника компании, а также членов его семьи;

если текст письменного обращения не поддается прочтению;

если в письменном обращении клиента содержится вопрос, на который клиенту уже был предоставлен ответ по существу в связи с ранее направляемыми обращениями, и при этом в обращении не приводятся новые доводы или обстоятельства;

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

6. Заявление клиента не рассматривается и ответ на обращение не даётся, если в письменном обращении не указаны контактные данные и (или) они не известны.

Для обеспечения оптимального качества обслуживания руководством компании должны учитываться следующие критерии и параметры оценки средней и предельной продолжительности взаимодействия с клиентами:

Форма взаимодействия	Критерий	Параметр (предельное значение)
Контакт-центр		
Телефонное обслуживание клиента оператором / инженером Контакт-центра	Время ожидания ответа	Не более 100 секунд
	Запрос и поиск информации о клиенте	45 секунд
	Предоставление информации по запросу (за исключением сложных вопросов)	5 минут
	Постобработка обращения	5 минут
	Время ответа на сложный вопрос (необходимо перезвонить клиенту)	В течение рабочего дня или по согласованию с клиентом, но не позднее 5 рабочих дней.
Почта		
Обработка обращения специалистом	Регистрация, классификация обращений и передача обращения специалисту	не более 1 дня
	Рассмотрение обращения и оформление ответа или промежуточного ответа	не более 10 календарных дней
	Рассмотрения обращения с ответом по существу	не более 14 календарных дней со дня поступления обращения

Глава 5. Организация виртуального (интерактивного) обслуживания

Раздел 1. Организация инфраструктуры интерактивного обслуживания

1. Интерактивное обслуживание обеспечивает:

возможность предоставления справочной информации большому количеству клиентов;
дополнительный способ взаимодействия с компанией клиентов, имеющих доступ в сеть

Интернет;

оперативное информирование клиентов о новостях компании, изменениях в ценовой политике, изменении перечня предоставляемых услуг;

возможность оперативной оценки и внесения предложений по вопросам взаимодействия с клиентами;

круглосуточное автоматическое самостоятельное обслуживание клиентов по Интернет-сервисам, работающим в автономном режиме;

требование законодательства в части раскрытия информации для клиентов и акционеров.

2. Сайт компании должен быть оформлен в корпоративном стиле (корпоративные цвета, шрифт, элементы корпоративного стиля).

3. Сайт должен быть удобен в использовании: навигация на сайте простая, не требует специальных навыков, не вызывает раздражения и дополнительных вопросов клиента.

4. Информация, размещаемая на сайте, должна быть актуальной (своевременно обновляемой), понятной для клиента.

4.1. Должна быть обеспечена полнота информации о компании и условиях обслуживания. К такой информации относится:

документы для заключения договора энергоснабжения, порядок заключения, порядок получения информации о состоянии процесса заключения договора;

формы договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии;

стандарты качества обслуживания;

порядок и условия внесения платежей за электроэнергию;

порядок и условия приема показаний ПУ, последствия вывода из строя ПУ, либо их отсутствия;

возможные последствия при нарушении обязательств по оплате электрической энергии, выразившиеся во введении полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии, стоимость услуг по введению ограничения режима электроснабжения и его возобновлению, а также стоимость услуг при нарушении клиентом введённого ранее в его отношении режима электропотребления;

возможные последствия при осуществлении несанкционированного вмешательства в работу индивидуального, общего (квартирного) прибора учета, повлекшие искажение показаний такого прибора учёта и указание способа расчёта доначисления за данное нарушение;

размер и порядок расчёта стоимости электрической энергии, действующие тарифы и льготы;

график обслуживания в центрах очного и заочного обслуживания;

порядок подачи обращений, претензий и жалоб на действия Гарантирующего поставщика;

иные, наиболее часто задаваемые вопросы и ответы на них.

4.2. Должно быть обеспечено наличие информации о правах клиента, о действующих в компании стандартах качества обслуживания клиентов.

5. При ответе на обращение клиента должны применяться единые стандарты общения с клиентом, предусматривающие единые правила этикета, шаблоны ответов, единый перечень действий по работе с обращением клиента (в зависимости от тематики).

6. Автоинформирование:

6.1. Система автоинформирования клиентов предназначена для доведения типовой информации.

Обзвон может производиться как среди всех клиентов компании, так и среди отдельных групп. Автоинформатор рекомендуется использовать для предоставления дополнительной информации для клиентов при:

напоминании о необходимости произвести оплату накопившейся задолженности с адресным сообщением суммы долга;

оповещении о планируемом ограничении (при необходимости).

6.2. Требование к системе автоинформирования:

возможность хранения результатов оповещения;

возможность хранения сценариев оповещения;

возможность хранения списков оповещения;

отчёт по оповещению;

мониторинг процесса оповещения в режиме реального времени;

назначение задания на оповещение с указанием времени начала и окончания;

переключение на оператора (только для телефонного информирования).

6.1. Ответственные специалисты компании формируют сценарий контакта с клиентами и список обзвона.

6.2. Автоинформирование клиентов может производиться по следующим каналам:

Телефон;

- E-mail (электронная почта);
- SMS.

6.3. Система телефонного автоинформирования имеет возможность проигрывания звуковых файлов, а также воспроизведения числовой информации, например, денежные величины, время, дата, количество, телефонный номер и т.д. Автоинформирование проводится среди клиентов, при наличии телефонного номера в базе.

6.4. SMS-автоинформирование проводится среди клиентов, при наличии телефонного номера в базе.

6.5. E-mail-автоинформирование проводится среди клиентов, при наличии адреса электронной почты в базе.

Раздел 2. Организация обработки обращений

1. Интерактивное обслуживание клиентов ведётся по следующим направлениям:
 - запрос справочной информации;
 - направление претензии (жалобы, предложений) или иных обращений;
 - опросы общественного мнения;
 - запрос на оказание дополнительных услуг.
2. Интерактивными средствами предоставления справочной информации клиенту являются:
 - личный кабинет;
 - системы автоинформирования.
3. Клиент может получить ответ на запрос справочной информации, задав вопрос специалисту компании (автоматизированная форма) без регистрации в личном кабинете.
4. Самостоятельный поиск интересующей информации осуществляется клиентом вручную, методом прямого просмотра всех представленных на сайте вопросов / ответов.
5. Если клиент не смог найти ответ на интересующий его вопрос среди имеющихся в базе, то он может отправить вопрос специалисту компании.
6. Обработка интерактивных сообщений клиентов производится сотрудниками Общества (Филиала/ОП) в соответствии с действующими локально-нормативными актами, Регламентами Общества (Филиалов/ОП).
7. В случае возникновения претензий (жалоб или предложений) клиенту необходимо заполнить автоматизированную форму без регистрации в личном кабинете.
8. После отправки клиентом обращения / жалобы на указанный им адрес электронной почты уходит письмо, в котором клиенту выражается благодарность за обращение, а также уточняется,

что обращение / жалоба будет рассмотрена в течение 3-х рабочих дней, после чего с ним свяжется специалист компании.

9. Все жалобы от клиентов компании автоматически поступают на электронный адрес специалисту офиса (оператору), ответственному за маршрутизацию жалоб / обращений.

10. Оператор проверяет полноту предоставленных по жалобе сведений, если имеются недостающие данные, связывается с клиентом по одному из указанных контактов (телефон, электронная почта) с целью уточнения информации.

11. Если данные клиента предоставлены верно и в полном объеме, администратор перенаправляет жалобы для рассмотрения.

12. При организации системы интерактивного обслуживания должны быть учтены следующие требования:

Форма взаимодействия	Критерий	Требования
E-mail		
Mail-робот	Автоматическая обработка и ответ на обращение	не более 1 минуты
Автоинформирование		
По телефону	Продолжительность информирования	1 минута
	Промежуток между «положительным» звонком и последующим	7 дней
	Промежуток между «отрицательным» звонком	2 часа (до положительного результата)
E-mail	Периодичность рассылки до «положительного» результата	7 дней
SMS	Длина сообщения	160 символов
	Периодичность рассылки до «положительного» результата (но в ограниченное время)	1 день (с 10.00 до 21.00)

12.1. Для обеспечения оптимального качества обслуживания руководством компании должны учитываться следующие критерии и параметры оценки предельной продолжительности взаимодействия с клиентами:

Форма взаимодействия	Критерий	Параметр (предельное значение)
E-mail		
Обработка обращения специалистом	Рассмотрение обращения и оформление ответа (или промежуточного ответа)	не более 3 дней

Глава 6. Требования к организации обратной связи с клиентами

1. Под обратной связью понимается выражение клиентом степени удовлетворённости деятельностью компании в целом, либо отдельными направлениями: качеством и своевременностью предоставления услуг, обслуживающим персоналом компании и т.д.
2. По отношению клиента и компании обратная связь подразделяется на:
 - активную (клиент является инициатором обратной связи);
 - пассивную (компания обращается к клиенту для выяснения степени удовлетворенности обслуживанием).
3. По способу выражения обратная связь подразделяется на:
 - жалобы;
 - предложения;
 - отзывы о деятельности компании.
4. Обратная связь осуществляется по следующим каналам связи:
 - устные и письменные обращения клиентов в Центр обслуживания клиентов (включая записи в книге отзывов и предложений);
 - телефонные обращения;
 - почта;
 - личный кабинет;
 - электронная почта;
 - автоответчик;
 - SMS;
 - система автоинформирования.
5. Обращение клиента по одному из интерактивных каналов связи должно являться бесплатным.
6. Активная обратная связь выражается в самостоятельном проявлении инициативы клиентом в предоставлении своего мнения о качестве обслуживания, соблюдении процесса обслуживания в компании.
7. Для предоставления ответа используется указанный клиентом канал связи, если законодательством не предусмотрено иного.
8. Алгоритм работы по рассмотрению обращений / жалоб клиентов регламентируется соответствующим документом и должен включать в себя следующие этапы:
 - регистрация обращения / жалобы;
 - сбор дополнительной информации, анализ обстоятельств;
 - принятие мер по обращению / жалобе.

9. Пассивная обратная связь осуществляется посредством опросов (анкетирование / интервьюирование):

письменных в Центрах обслуживания клиентов;

по телефону;

в личном кабинете;

посредством системы E-mail-автоинформирования.

10. Для проведения опросов формулируется цель исследования и составляется анкета с вопросами в простой и доступной для клиента форме.

11. После подсчета результатов составляются отчёты для руководства компании и других заинтересованных сторон.

12. Требования к временным параметрам для различных форм взаимодействия с клиентами в зависимости от направленности обратной связи:

Форма связи с клиентом	Направленность	Срок принятия мер/частота проведения опросов
Очное		
Устная в Центре обслуживания клиентов	активное	10 дней
Письменная в Центре обслуживания клиентов (включая книгу жалоб)	активное / пассивное	от 10 до 14 дней / не чаще 1 раза в 3 месяца и не реже 1 раза в год
Заочное		
Телефонное обращение	активное	от 10 до 14 дней
Почтовое обращение	активное	от 10 до 14 дней
Интерактивное		
По электронной почте	активное	не чаще 1 раза год
Автоответчик	активное	10 дней
Системы автоинформирования	пассивное	не чаще 1 раза в 3 месяца и не реже 1 раза в год

Глава 7. Организация самообслуживания

1. Система самообслуживания включает в себя терминалы Компании по приему платежей и передаче показаний, а также для получения необходимой информации по оказываемым услугам Компании.

2. При организации самообслуживания должна быть обеспечена возможность воспользоваться услугами без посещения офисов компании (на территории офисов иных организаций), без обращения к сотруднику на территории офисов компании.

3. Платёжные и информационные терминалы могут быть расположены на территории офисов обслуживания компании и (или) территории офисов обслуживания иных организаций.

4. Площадь для размещения терминала должна быть не менее 3 кв. м. на одну единицу оборудования.

5. При расположении терминалов на территории офисов компании должно быть обеспечено информирование клиентов сотрудником компании (администратором) о возможностях и преимуществах оплаты через платёжные терминалы.

6. Должно быть обеспечено наличие поясняющих материалов по использованию технических средств на информационном стенде или рядом с терминалом:

на территории офисов обслуживания компании;

на территории офисов иных компаний.

6.1. Нарушение в работе терминалов не может составлять более 60 минут в рабочее время.

6.2. Перечисление денежных средств на счёт Компании при приёме платежей должно быть осуществлено в день оплаты клиентом.

6.3. Необходимо обеспечить предоставление клиенту чека, с данными об оплате услуг, позволяющего идентифицировать платёж, оформленного в соответствии с требованиями действующего законодательства.

6.4. (номер лицевого счёта клиента, период платежа, данные об оплачиваемой услуге, сумме, остатке по счёту, факте перечисления средств и иной информации, при оплате за электроэнергию – показания прибора учёта).

6.5. Необходимо обеспечить возможность предоставления клиенту услуги по автоматическому списанию средств с банковской карты для оплаты услуг компании.

Глава 8. Этика обслуживания клиентов

Раздел 1. Общие принципы делового этикета

1. Правила делового этикета не абсолютны – они рассчитаны на то, что в каждом конкретном случае их применяют исходя из ситуации. Неизменным в любой ситуации остается уважение к клиенту, здравый смысл и рациональность поведения сотрудника. Сотрудник в своём лице представляет компанию и отношение компании к клиенту.
2. Сотрудник должен оперативно и качественно обслуживать клиента.
3. Сотрудник должен стремиться обеспечить максимальный эмоциональный комфорт для клиента. Предупредительность, тактичность, вежливость, доброжелательность и спокойствие являются безусловными составляющими высокой коммуникативной культуры общения сотрудника с клиентами. Специалисту компании следует использовать слова «спасибо» и «пожалуйста».
4. Сотрудник всегда первым приветствует клиента.
5. Сотрудник в процессе общения обращается к клиенту по имени и отчеству и на «Вы» вне зависимости от его возраста и социального положения, это подчеркивает вежливое и уважительное отношение компании к клиенту.
6. Каждый клиент требует внимания. Сотрудник относится ко всем клиентам ровно и выдержанно вне зависимости от личных симпатий и антипатий.
7. Особое внимание следует уделять работе с жалобами клиентов:
сотруднику необходимо внимательно выслушать клиента и выразить готовность разобраться в возникшей ситуации;
сотрудник должен в обязательном порядке зафиксировать жалобу.
8. Сотрудник должен уважать точку зрения клиента вне зависимости от того разделяет он её или нет. Не допускается явно навязывать свою точку зрения, игнорировать высказывания клиента.
9. Иностранные слова или профессиональные термины при общении с клиентом сотрудник должен употреблять в меру и только в тех случаях, когда уверен в том, что клиент полностью понимает его. Запрещается употребление просторечных или грубых выражений.
10. При взаимодействии с клиентом сотрудник не должен предоставлять заведомо ложную информацию либо дезориентировать его иными способами.
11. Если у сотрудника нет полной уверенности в точности передаваемой клиенту информации, ему необходимо её перепроверить. Если для выяснения деталей требуется значительное время, то сотруднику следует предложить клиенту связаться для получения информации повторно (при этом указать точное время) или предложить альтернативный канал получения информации.

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

13. В случае если сотрудник не обладает необходимой компетенцией, чтобы решить проблему обратившегося к нему клиента, он должен:

найти другого специалиста для того, чтобы удовлетворить просьбу клиента;
задать направления поиска (предоставить телефон справочной службы, название организации и т.п.).

14. Не разрешается говорить или намекать клиенту, что его проблема незначительна, и тем более сравнивать его с другими клиентами.

Раздел 2. Деловой этикет при очном обслуживании клиентов

1. Личное общение с клиентом является важным элементом корпоративной культуры компании.

2. В момент обслуживания сотруднику необходимо устанавливать «зрительный контакт» с клиентом.

3. При очном обслуживании сотрудник должен стремиться к максимальной продуктивности обслуживания, выраженной в минимальном количестве активных контактов.

4. Сотрудник должен до конца выяснить вопрос, по которому обратился клиент, и предложить оптимальный вариант решения его проблемы, чтобы клиенту не пришлось обращаться повторно.

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

6. Рекомендуется предоставлять клиенту важную или сложную для запоминания информацию в письменном виде. В письменном виде указываются перечни документов, телефон Контакт-центра.

7. Сотрудник должен демонстрировать доброжелательное отношение к клиенту манерой общения, улыбкой и т.п.

8. В конце общения сотруднику необходимо поблагодарить клиента за визит.

9. В обращении с клиентом должны применяться единые стандарты, предусматривающие: единые правила этикета;
шаблоны ответов (обращений к клиенту, ответов на часто задаваемые вопросы и т.п.); единый перечень действий по работе с обращениями клиентов (в зависимости от тематики).

Раздел 3. Внешний вид сотрудника при очном обслуживании клиентов

1. Сотрудники фронт-офисов и бэк-офисов, которые очно и заочно обслуживанию клиентов, должны соблюдать дресс-код, установленный в компании.
2. В офисах сотрудники не должны носить спортивную и пляжную одежду и обувь.
3. Сотрудник, контактирующий с клиентами должен носить бейдж, в течение всего рабочего дня и (или) иметь настольный бейдж, который должен содержать логотип компании с фирменным наименованием, фамилию, имя, отчество и должность сотрудника. Бейдж должен быть расположен в видимом клиентом диапазоне (на груди сотрудника).
4. Макияж и прическа должны быть выдержаны в деловом стиле. Запах парфюмерии не должен быть сильно выражен.
5. Допустимо дополнение костюма различными аксессуарами и немногочисленными неброскими украшениями.

Раздел 4. Деловой этикет при телефонных переговорах

1. Телефонные переговоры являются важным элементом корпоративной культуры компании. Сотрудник, отвечающий на телефонный звонок, формирует соответствующий имидж компании у клиентов и партнёров.
2. Необходимо своевременно, не позже третьего сигнала, отвечать на входящий телефонный вызов.
3. При осуществлении исходящего вызова сотруднику необходимо прекратить попытки выйти на связь после пятого сигнала телефонного аппарата.
4. Сотруднику следует вести телефонный разговор таким образом, чтобы проблема каждого клиента была решена и у него осталось приятное впечатление о компании.
5. Из-за особенностей телефонной связи сотруднику необходимо чётко выговаривать слова, чтобы клиент хорошо их слышал и понимал.
6. Сотруднику следует следить за скоростью своей речи, так как слишком быстрая или слишком медленная речь затрудняют общение.
7. Сотруднику рекомендуется использовать приёмы «активного слушания», поддерживая постоянную связь с собеседником посредством слов и междометий (например, «Да», «Хорошо», «Конечно», «Я Вас слушаю»).
8. Если сотрудник не уверен, что правильно расслышал что-либо в телефонном сообщении, ему необходимо переспросить клиента, во избежание недопонимания.

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

10. Если сотрудник не может сразу ответить на вопрос клиента, рекомендуется записать номер телефона клиента и перезвонить ему.

11. Сотруднику запрещено посвящать телефонного собеседника в дела и проблемы коллег, комментировать их действия.

12. Не рекомендуется вести телефонные переговоры по громкой связи.

13. Если клиент ждёт на линии, то сотрудник не должен разговаривать с другими сотрудниками либо клиентами в офисе.

14. В конце общения сотруднику необходимо поблагодарить клиента за звонок.

Раздел 5. Этика деловой переписки

1. Деловая переписка может осуществляться как посредством обычной почты, так и через электронную почту.

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

3. Длина письма должна соответствовать характеру общения. Обращение или ответ должны быть сформулированы по возможности максимально кратко и содержать только существенную информацию.

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

5. В ответе рекомендуется привести краткое содержание полученного запроса.

6. Подпись должна идентифицировать сотрудника (ФИО и должность) и содержать данные об альтернативных каналах связи (например, телефон или факс).

Раздел 6. Особенности общения с людьми с ограниченными возможностями

Сотрудники, осуществляющие очное обслуживание клиентов, при взаимодействии с людьми с ограниченными возможностями руководствуются ниже перечисленными правилами.

1. При общении необходимо:

Разговаривая с человеком с ограниченными возможностями, обращаться непосредственно к нему, а не к сопровождающему или сурдопереводчику (если они присутствуют в разговоре);

Предлагая помощь, ждать пока её примут, а затем уточнять порядок действий;

Разговаривая с человеком, испытывающим трудности в общении, слушать его внимательно, быть терпеливым, ждать, когда человек сам закончит фразу. Не поправлять его и не

договаривать за него. Не делать вид, что достигнуто понимание, если на самом деле это не так. Повторить, что вы поняли, это поможет человеку продолжить беседу.

2. *Общение с людьми, испытывающими трудности при передвижении.*

При общении необходимо:

помнить, что инвалидная коляска – неприкосновенное пространство человека. Недопустимо облокачиваться на нее, толкать, катить коляску без его согласия.

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

если вам разрешили передвигать коляску, катить ее медленно. Коляска быстро набирает скорость, и неожиданный толчок может привести к потере равновесия;

при беседе, по возможности, располагаться на одном уровне с клиентом. Следует избегать положения, при котором вашему собеседнику придется запрокидывать голову;

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

3. *Общение с людьми с плохим зрением и незрячими.*

При общении необходимо:

обязательно представиться;

предлагая свою помощь, направлять человека, не стискивая его руку, идти рядом, не тащить человека за собой;

предупреждать о препятствиях: ступенях, низких притолах и т.п.;

в случае сопровождения незрячего человека собакой-поводырем не давать ей команды и не трогать ее;

при необходимости читать незрячему человеку, сначала предупредить его об этом. Говорить нормальным голосом, не пропускать информацию, если вас об этом не попросят. Если это важный документ, не заменять чтение пересказом. Если незрячий человек должен подписать документ, прочитать его обязательно. Инвалидность не освобождает слепого человека от ответственности, обусловленной документом;

предлагая незрячему человеку сесть, не усаживать его, а направить его руку на спинку стула или подлокотник. Не водить по поверхности его руку, а дать ему возможность свободно потрогать предмет;

не заставлять вашего собеседника вещать в пустоту, если вы перемещаетесь, предупредите его;

заметив, что незрячий человек сбился с маршрута, не управлять его движением на расстоянии, а подойти и предложить помощь.

4. *Общение с людьми с нарушением слуха.*

При общении необходимо:

для привлечения внимания человека, который плохо слышит, можно сделать знак ему рукой или прикоснуться к плечу. При беседе смотреть прямо на него;

необходимо иметь в виду, что не все люди, которые плохо слышат, могут читать по губам;

говорить ясно и ровно. Не нужно излишне подчеркивать что-то и кричать, особенно в ухо;

если просят повторить что-то, попробовать перефразировать предложение, можно использовать жесты;

убедиться, что собеседник понял услышанное;

если сообщаете информацию, которая включает в себя номер, технический или другой сложный термин, адрес, напишите ее, но так, чтобы она была точно понята;

при затрудненном в устном общении можно предложить общение перепиской.

5. *Общение с людьми с задержкой в развитии и затруднениями в общении.*

При общении необходимо:

использовать доступный язык, выражаться точно и по делу;

избегать словесных штампов и образных выражений;

предоставлять информацию "по шагам", давая вашему собеседнику возможность осмыслить каждый шаг.

6. *Общение с людьми, испытывающими затруднения в речи.*

При общении необходимо:

не перебивать и не поправлять человека, который испытывает трудности в речи;

начинать говорить только тогда, когда убедитесь, что он уже закончил свою мысль;

задавать вопросы, которые требуют коротких ответов или кивка;

не стесняться переспросить;

при затруднении в общении спросить, не хочет ли Ваш собеседник использовать другой способ – написать, напечатать.

Раздел 8. Взаимодействие с клиентами при оказании отдельных видов услуг

Данные требования относятся к процессу обслуживания клиентов и регламентируют основные процессы взаимодействия с клиентами.

1. Дополнительные требования к процедуре заключения договора энергоснабжения (купли-продажи).		
В Клиентском зале		
1.1.	Выдача клиенту (физическому и юридическому лицу) перечня документов для заключения договора и бланк заявления при обращении клиента.	5 минут
1.2.	<p>Проверка полноты и правильности документов на заключение договора во время обслуживания клиента.</p> <p>В клиентском зале для физических лиц:</p> <p>1) если представлен полный комплект документов, согласованных с сетевой организацией, то производится:</p> <p>а) выдача проекта договора или</p> <p>б) приём документов, регистрация заявления, выдача копии принятого заявления с номером, датой приёма, ФИО сотрудника.</p> <p>2) если представлен неполный комплект документов, то производится:</p> <p>а) уведомление клиента о перечне недостающих документов.</p> <p>В клиентском зале для юридических лиц:</p> <p>1) если представлен полный комплект документов, то производится:</p> <p>а) приём документов, регистрация заявления, выдача копии принятого заявления с номером, датой приёма, ФИО сотрудника.</p> <p>2) если представлен неполный комплект документов, то производится:</p> <p>а) уведомление клиента о перечне недостающих документов.</p>	10 минут на 1 лицевой счет или 1 точку подключения
1.3.	Уведомление клиента о перечне недостающих документов.	В день обращения
1.4.	Уведомление клиента об отказе в заключение договора с указанием причин отказа.	В течение 5 дней со дня обращения.
1.5.	Передача проекта договора из бэк-офиса в зале клиентского обслуживания.	Не более чем через 14 дней с даты подачи заявления

1.6.	Выдача клиенту согласованного проекта договора.	Не более 10 рабочих дней с даты подачи заявления (для ФЛ – жилые объекты); не более 30 дней с даты подачи заявления (для ЮЛ и ФЛ – не жилые помещения (объекты))
1.7.	Отправка клиенту (заказным почтовым отправлением либо нарочно) протокола согласования разногласий и сопроводительного письма.	В течение 10 рабочих дней со дня получения протокола разногласий
По телефону		
	Уведомление сотрудником – исполнителем клиента о ходе заключения договора по поступившему заявлению.	В течение 5 дней с даты подачи заявления: - о перечне недостающих документов; - об отказе в заключение договора с указанием причин отказа
	Сообщение по телефону о стадии подготовки проекта договора.	По запросу клиента
По сети Интернет		
	Уведомление сотрудником, исполнителем о ходе заключения договора клиента по поступившему заявлению.	В течение 3 рабочих дней с даты подачи заявки: - о перечне недостающих документов; - об отказе в заключении договора с указанием причин отказа; - о готовности документов к подписанию и о необходимости для заключения договора предоставить подлинники документов (лично или иным способом); - о возможности получить документы, подписанные от лица компании, в офисе компании или иным способом, подтверждающим дату отправки.
2. Дополнительные требования к процедурам определения объёмов электрической энергии (мощности). Формирование расчётных обязательств. Доставка платёжных документов. Приём платежей		

2.1.	Приём и первичный анализ показаний приборов учёта лично от физических и юридических лиц во время обслуживания клиента: а) внесение показаний в базу данных, фиксация даты приема и ФИО сотрудника; б) разъяснение, почему показания приборов учёта не принимаются в расчет.	15 минут
2.2.	Внесение в базу данных показаний приборов учёта, предоставленных клиентом по телефону, факсу, SMS, через сайт. Фиксация даты приёма и ФИО сотрудника.	Не более 1 рабочего дня
2.3.	Разъяснение клиенту, почему показания приборов учёта не принимаются в расчёт.	Сразу при получении
2.4.	Отсутствие ошибок при внесении сотрудником в базу данных показаний приборов учёта, полученных, от физических и юридических лиц.	Всегда
3. Дополнительные требования к процедурам доставки платежных документов, приёма платежей		
3.1.	Зачисление средств, поступающих при оплате через сайт компании.	В течение 1 дня
3.2.	Сообщение клиенту о подтверждении оплаты при оплате через сайт.	В течение 5 минут с момента совершения операции
4. Перерегистрация лицевого счёта в связи со сменой собственника (выселение, смерть, смена фамилии и т.д.)		
4.1.	Обращение клиента в офис очного обслуживания на предмет перерегистрации лицевого счёта с предоставлением всех необходимых документов для внесения необходимых изменений.	В течение 3 рабочих дней
4.2.	Обращение клиента через личный кабинет, Интернет-приёмную или электронную почту на предмет перерегистрации лицевого счёта с предоставлением электронных копий всех необходимых документов для перерегистрации лицевого счёта.	В течение 2 рабочих дней
5. Заключение соглашения о рассрочке платежа.		
5.1.	Обращение клиента в офис очного обслуживания на предмет заключения соглашения о рассрочке платежа (стандартной, без уменьшения первоначального взноса и на стандартный промежуток времени) с предоставлением необходимых документов.	В течение 20 минут

5.2.	Рассмотрение предоставленных клиентом документов и предоставление соглашения о рассрочке после оплаты клиентом согласованной части задолженности.	
5.3.	Рассмотрение возможности изменения условий заключения рассрочки платежа.	В течение рабочего дня (решение принимает руководитель ответственного подразделения)
6. Организация работы с клиентом в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения им обязательств по договору энергоснабжения		
6.1.	Возобновление подачи коммунальной услуги по электроснабжению клиентам, проживающим в многоквартирных домах и частном секторе.	В течение 2 календарных дней, после погашения возникшей задолженности, пени и компенсации затрат на проведение работ по отключению / подключению
7. Считывание показаний с приборов учёта		
7.1.	Проверять состояние установленных и введенных в эксплуатацию индивидуальных, общих (квартирных), комнатных приборов учёта, факт их наличия или отсутствия. Проверять достоверность представленных клиентом сведений о показаниях индивидуальных, общих (квартирных), комнатных приборов учёта путем сверки их с показаниями соответствующего прибора учёта на момент проверки (в случаях, когда снятие показаний таких приборов учёта осуществляют клиенты).	В соответствии с действующими законодательными актами РФ.
8. Прием показаний приборов учёта		
8.1.	Любыми удобными для клиента способами: - сообщением оператору пункта приёма платежей в момент оплаты; - через сеть Интернет; - посредством телефонной связи; - по электронной почте; - через отправку SMS-сообщения.	Прием показаний производится ежемесячно в утвержденные Филиалом/ОП даты.
9. Информирование клиента о задолженности по оплате электрической энергии, об изменениях тарифов, а также предоставление иной информации		

9.1.	Информирование может производиться: - посредством электронной почты; - посредством SMS; - посредством телефонной связи. Информирование об изменениях тарифов производится через электронные и печатные СМИ. - в письменном виде, путём направления уведомления и извещения	Информирование посредством SMS и телефонной связи производится ежедневно с 10.00 до 21.00 по местному времени, кроме праздничных дней. По факту появления информации
10. Предоставление справки об отсутствии задолженности		
10.1.	Приём заявки на предоставление справки путём обращения в офис очного обслуживания. Оплата клиентом задолженности. Выдача справки	15 минут
11. Информирование клиента по вопросам снабжения электрической энергией		
11.1.	Посредством: × телефонной связи; × электронной почты.	В соответствии с режимом работы Контакт-центра и работой администратора сайта
11.2.	Письменное направление ответов на претензии и жалобы	до 14 календарных дней.
11.3.	Центры очного обслуживания	В соответствии с утверждённым графиком работы офисов
12. Дополнительные требования к процедуре предоставления дополнительных услуг		
12.1.	Консультация по телефону на оказание дополнительной услуги из прейскуранта и передача исполнителю для проработки.	15 минут
12.2.	Сотрудник-исполнитель или куратор заявки должен связаться с клиентом по телефону для согласования времени оказания услуги с даты получения заявки и уточнения даты оплаты (при мобильной кассе), либо после проведения оплаты клиентом.	Не более 3 рабочих дней

Приложение 1

№ п/п	Центр обслуживания клиентов, участок, отделение	Адрес	Телефон	График работы
1.	Головной офис	г. Абакан, ул. Пушкина, 165	+7(3902) 24 84 64	понедельник – пятница 08.00-17.00 перерыв 12.00-13.00 суббота, воскресенье выходной
2.	Саяногорское отделение	655603, г. Саяногорск, ул. Транспортная, 1к	+7(3902) 24 84 64	понедельник – пятница 08.00-17.00 перерыв 12.00-13.00 суббота, воскресенье выходной
3.	Саяногорское отделение	655603, г. Саяногорск, ул. Транспортная, 1	+7(3902) 24 84 64	понедельник – пятница 08.00-17.00 перерыв 12.00-13.00 суббота, воскресенье выходной
4.	Саяногорское отделение	655603, г. Саяногорск, Енисейский мкр-н, 38/1	+7(3902) 24 84 64	понедельник – пятница 08.00-17.00 перерыв 12.00-13.00 суббота, воскресенье выходной
5.	Черногорский участок Абаканского отделения	655162, г. Черногорск, ул. Советская, 54	+7(3902) 24 84 64	понедельник – пятница 08.00-17.00 перерыв 12.00-13.00 суббота, воскресенье выходной
6.	Абазинский участок Саяногорского отделения	655750, г. Абаза, ул. Пролетарская, 1	+7(3902) 24 84 64	понедельник – пятница 08.00-17.00 перерыв 12.00-13.00 суббота, воскресенье выходной
7.	Бейский участок Саяногорского отделения	655770, с. Бея, ул. Картавцева, 71.	+7(3902) 24 84 64	понедельник – пятница 08.00-16.00 перерыв 12.00-13.00 суббота, воскресенье выходной
8.	Аскизский участок Саяногорского отделения	655700, с. Аскиз, ул. Советская, 8-2	+7(3902) 24 84 64	понедельник – пятница 08.00-16.00 перерыв 12.00-13.00 суббота, воскресенье выходной
9.	Таштыпский участок Саяногорского отделения	655740, с. Таштып, ул. Партизанская, 82А	+7(3902) 24 84 64	понедельник – пятница 08.00-17.00 перерыв 12.00-13.00 суббота, воскресенье выходной
10.	Белоярский участок Саяногорского отделения	655650, с. Белый Яр, ул. Октябрьская, 11	+7(3902) 24 84 64	понедельник – пятница 08.00-16.00 перерыв 12.00-13.00 суббота, воскресенье выходной
11.	Вершино-Тейский участок Саяногорского отделения	655731, р.п. Вершина Теи, ул. Советская, 34-53Н	+7(3902) 24 84 64	понедельник – пятница 08.00-17.00 перерыв 12.00-13.00 суббота, воскресенье выходной
12.	Ширинский участок	655200, с. Шира,	+7(3902) 24 84 64	понедельник – пятница

	Абаканского отделения	ул. Элеваторная, 1Б		08.00-17.00 перерыв 12.00-13.00 суббота, воскресенье выходной
13.	Копьевский участок Абаканского отделения	655250, п. Копьево, ул. Строителей, 12	+7(3902) 24 84 64	понедельник – пятница 08.00-17.00 перерыв 12.00-13.00 суббота, воскресенье выходной
14.	Сорский участок Абаканского отделения	655111, г. Сорск, ул. Дружбы, 5	+7(3902) 24 84 64	понедельник – пятница 08.00-17.00 перерыв 12.00-13.00 суббота, воскресенье выходной
15.	Усть-Абаканский участок Абаканского отделения	655100, п. Усть - Абакан, ул. Кирова, 20б	+7(3902) 24 84 64	понедельник – пятница 08.00-17.00 перерыв 12.00-13.00 суббота, воскресенье выходной
16.	Боградский участок Абаканского отделения	655340, с. Боград, ул. Советская, 101	+7(3902) 24 84 64	понедельник – пятница 08.00-17.00 перерыв 12.00-13.00 суббота, воскресенье выходной