

Утвержден приказом АО «Мобильные ГТЭС»
от 08.06.2021 № 601

**Акционерное общество
«Мобильные газотурбинные электрические станции»
(АО «Мобильные ГТЭС»)**

**Стандарт качества обслуживания потребителей услуг
гарантирующего поставщика электрической энергии
АО «Мобильные ГТЭС»**

Москва
2021 год

Предисловие

Настоящий стандарт обслуживания потребителей услуг гарантирующего поставщика АО «Мобильные ГТЭС» (далее – Стандарт) применяется при организации обслуживания физических и юридических лиц. Стандарт устанавливает общие требования к обслуживанию потребителей, 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 04.05.2012 № 442.

Стандарт вступает в силу после его утверждения приказом АО «Мобильные ГТЭС» (далее – Общество). При существенных изменениях условий предоставления услуг на рынке в Стандарт вносятся изменения и дополнения.

Стандарт доводится до сведения потребителей и других заинтересованных сторон путем публикации на официальном сайте Общества в сети «Интернет» по адресу: <http://www.mobilegtes.ru/>

Оглавление

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 Общества по взаимодействию с потребителями.....	9
<i>Раздел 1. Принципы взаимодействия с потребителями.....</i>	<i>9</i>
<i>Раздел 2. Организационно-нормативное обеспечение.....</i>	<i>10</i>
<i>Раздел 3. Основные критерии и параметры взаимодействия с потребителями.....</i>	<i>11</i>
Глава 3. Организация очного обслуживания.....	12
<i>Раздел 1. Организация инфраструктуры при очном обслуживании.....</i>	<i>12</i>
<i>Раздел 2. Организация приёма потребителей.....</i>	<i>13</i>
<i>Раздел 3. Требования к зданиям, где располагается зал обслуживания потребителей Пункта обслуживания потребителей.....</i>	<i>15</i>
<i>Раздел 4. Требования к помещениям для приёма потребителей и зонам обслуживания потребителей.....</i>	<i>17</i>
<i>Раздел 5. Информационное обеспечение.....</i>	<i>19</i>
Глава 4. Организация заочного обслуживания.....	20
<i>Раздел 1. Организация инфраструктуры заочного обслуживания.....</i>	<i>20</i>
<i>Раздел 2. Организация обработки обращений.....</i>	<i>21</i>
<i>Раздел 3. Алгоритм заочного обслуживания по почте.....</i>	<i>23</i>
Глава 5. Организация виртуального (интерактивного) обслуживания.....	25
<i>Раздел 1. Организация инфраструктуры интерактивного обслуживания.....</i>	<i>25</i>
<i>Раздел 2. Организация обработки обращений.....</i>	<i>27</i>
Глава 6. Требования к организации обратной связи с потребителями.....	28
Глава 7. Организация самообслуживания.....	30
Глава 8. Этика обслуживания потребителей.....	31
<i>Раздел 1. Общие принципы делового этикета.....</i>	<i>31</i>
<i>Раздел 2. Деловой этикет при очном обслуживании потребителей.....</i>	<i>32</i>
<i>Раздел 3. Внешний вид сотрудника при очном обслуживании потребителей.....</i>	<i>33</i>
<i>Раздел 4. Деловой этикет при телефонных переговорах.....</i>	<i>33</i>
<i>Раздел 5. Этика деловой переписки.....</i>	<i>34</i>
<i>Раздел 6. Особенности общения с людьми с ограниченными возможностями.....</i>	<i>34</i>
<i>Раздел 7. Взаимодействие с потребителями при оказании отдельных видов услуг.....</i>	<i>37</i>

Глава 1. Общие положения

Раздел 1. Область применения

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

2. Стандарт предназначен для применения в офисах обслуживания потребителей (пунктах обслуживания потребителей).

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 26.03.2003 № 35 «Об электроэнергетике»;
- Закон Российской Федерации от 2.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации»;
- Закон Российской Федерации от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании» (в ред. от 01.05.2007 № 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 27.12. 2004 № 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 01.01. 2014;
- ГОСТ Р ИСО 9000-2008 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь», введен 10.09. 2009;
- ГОСТ 30335-95/ ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения», введен 1.07.1994 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 04.05.2012 № 442;
- Правила предоставления коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов, утверждённые постановлением Правительства Российской Федерации от 06.05.2011 № 354.
- Постановление Правительства Российской Федерации от 06.04.2013 № 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 потребителей с целью доведения до них типовой информации.

Администратор – сотрудник, ответственный за приём потребителей и контроль хода выполнения работ в пункте очного обслуживания потребителей.

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

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

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

Обслуживание посредством телефонной связи – совокупность оборудования, программного обеспечения, специалистов, процессов для обеспечения заочного обслуживания потребителей по телефону.

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

Общество – АО «Мобильные ГТЭС».

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

Очное обслуживание – обслуживание потребителей посредством личного контакта с сотрудниками компаний.

Положительный звонок – сообщение автоинформатора, которое потребитель получил.

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

Система управления взаимоотношениями с потребителем – часть системы управления компанией, которая обеспечивает анализ бизнес-процессов с точки зрения интересов потребителей и позволяет создать в Общества общую для всех структурных подразделений платформу по взаимодействию с потребителями и. Включает такие подсистемы, как изучение потребностей и ожиданий, управление контактами с потребителями и др.

Тоновый набор, тональный набор, тональный – двухтональный многочастотный аналоговый сигнал, используемый для набора телефонного номера, а также для различных интерактивных систем, например, голосового автоответа.

Пункт обслуживания потребителей – офис, предназначенный для приёма обращений потребителей по вопросам энергопотребления, расчётов за потребленные энергоресурсы, создания комфортной, эргономичной среды взаимодействия, повышения эффективности обслуживания.

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

SMS – 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 потребителями и, разработка единых требований к качеству обслуживания, оптимизация и формализация процессов взаимодействия Общества-поставщика и потребителей её ресурсов (потребителей) как в очной, так и заочной формах, исполнение требований действующего законодательства в отношении гарантирующего поставщика электрической энергии.

1. Обслуживание Обществом потребителей 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 пунктов очного обслуживания потребителей (обслуживание посредством личного контакта с работниками организации), а также осуществление заочного обслуживания потребителей (обслуживание потребителей посредством телефонной связи, почтовой связи и сети Интернет), а также обеспечение наличия бесплатных телефонных или телекоммуникационных каналов связи между гарантирующим поставщиком и потребителям и;

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

1.6. обеспечение потребителю 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 потребителей по вопросам поставки некачественной электрической энергии или прекращения поставки электрической энергии, а также консультирования потребителей о причинах поставки некачественной электрической энергии или прекращения поставки электрической энергии;

1.8. организация приема иных обращений потребителей 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 потребителя за 1 обращение;

1.9. предоставление потребителю путем размещения в пунктах 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 потребителей 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 потребителя – размер задолженности по оплате электрической энергии;

- размер и порядок расчета стоимости электрической энергии, действующие тарифы;
- график обслуживания потребителей (покупателей) в пунктах очного и заочного обслуживания потребителей (покупателей), а также адреса и телефоны указанных пунктов;
- порядок подачи обращений, претензий и жалоб на действия гарантирующего поставщика;
- иные, наиболее часто задаваемые вопросы, возникающие у потребителей, и ответы на них.

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

- анализ потребностей и ожиданий потребителей посредством обработки обращений потребителей;
- 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 потребителей, в том числе за исполнением решений, принятых по жалобам и обращениям потребителей;
- обеспечение информированности.

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

- оптимизация внутренних бизнес-процессов, связанных с обслуживанием потребителей;
- оптимизация затрат потребителей и Общества;
- создание комфортных условий и доброжелательного отношения к потребителю.

Глава 2. Требования по взаимодействию с потребителями

Раздел 1. Принципы взаимодействия с потребителями

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

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

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

3. Информационная доступность (потребители надлежащим образом информируются о стоимости услуг, включая технологическое присоединение и тарифов на электрическую энергию).

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

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

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

5. Потребителям, физическим и юридическим (должностным) лицам, обеспечивается защита персональных данных. Общество использует полученную от потребителей персональную информацию, такую как имя и фамилия, адрес, адрес электронной почты, номера телефона и факса, исключительно с целью исполнения

обязательств по заключенным договорам энергоснабжения и технологического присоединения к электрическим сетям, с привлечением третьих лиц 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 потребителю платежных документов на оплату потребленной энергии, начисление платы за услуги энергоснабжения, подготовка и доставка потребителю уведомлений, извещений об ограничении режима электропотребления, прием платежей за услуги электроснабжения.

Раздел 2. Организационно-нормативное обеспечение

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

2. На сотрудников структурных подразделений Общества, занятых в работе с потребителями, возлагаются следующие функции:

- организация обслуживания потребителей 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 потребителей;
- сбор и предоставление руководству Общества отчётов по взаимодействию с потребителями и предложений по улучшению качества обслуживания;
- организация порядка на рабочем месте, в пункте обслуживания потребителей;
- иные задачи, указанные в должностных инструкциях.

3. Руководители и специалисты (ответственные исполнители структурного подразделения Общества, в функции которого входит оказание услуг) других структурных подразделений взаимодействуют с пунктом обслуживания потребителей в зоне своего функционала. Каждое из структурных подразделений, деятельность которых затрагивает интересы потребителей, даёт предложения по улучшению работы с потребителями и участвует в реализации соответствующего плана мероприятий.

4. Общество предоставляет потребителям возможность свободного выбора любого из трёх типов каналов информационного взаимодействия (очного, заочного и интерактивного) в зависимости от индивидуальных возможностей и предпочтений потребителя.

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

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

6. С учётом настоящего Стандарта разрабатываются следующие документы:

- регламенты оказания услуг, реагирования на жалобы и обращения, а также взаимодействия Общества с органами государственной власти и другими заинтересованными сторонами при очном, заочном и интерактивном обслуживании потребителей;
- техника обслуживания потребителей, которая включает в себя описание основных действий при осуществлении очного или заочного обслуживания потребителей;
- должностные и рабочие инструкции сотрудников, обслуживающих потребителей;

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

Раздел 3. Основные критерии и параметры взаимодействия с потребителями

1. Эффективный процесс взаимодействия с потребителями характеризуется следующими параметрами:

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

2. В настоящем Стандарте устанавливаются следующие критерии качества обслуживания потребителей:

- 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 политики обслуживания потребителей, в том числе по рассмотрению обращений и жалоб потребителей;
- наличие эффективной обратной связи с потребителями и, позволяющей в разумные сроки разрешать возникающие в процессе деятельности вопросы, в том числе связанные с качеством и стоимостью оказываемых услуг.

3. Оценка качества оказываемых услуг и обслуживания потребителей проводится путем целевых опросов, анкетирования потребителей, согласно утвержденных в Обществе внутренних локально-нормативных актов и регламентов.

4. Общество несёт ответственность за соблюдение вышеуказанных критериев подрядчиками, если таковые привлекаются к обслуживанию потребителей. Подрядчик выстраивает свою работу исходя из требований Стандарта.

Глава 3. Организация очного обслуживания

Раздел 1. Организация инфраструктуры при очном обслуживании

1. Очное обслуживание потребителей осуществляется в течение всего рабочего дня по утвержденным графикам работы, адрес пункта обслуживания потребителей Общества указан в Приложении 1 к настоящему Стандарту.

2. Во избежание возникновения непредвиденных ситуаций, в целях соблюдения общественного порядка, а также в целях осуществления контроля за качеством обслуживания потребителей в пунктах обслуживания потребителей предусматривается (по возможности) запись разговора и видеонаблюдение.

3. График телефонного обслуживания в пункте очного обслуживания должен совпадать с графиком работы пункта очного обслуживания.

Раздел 2. Организация приёма потребителей

1. Общество обеспечивает очное обслуживание потребителей в пункте обслуживания потребителей не менее 25 часов в неделю.

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

3. Очное обслуживание потребителей в офисе обслуживания потребителей ведется в порядке живой очереди или с использованием системы электронного управления очередью (при наличии такой системы).

В зале обслуживания потребителей администратор зала обслуживания потребителей должен присутствовать в случаях:

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 потребителя является принцип «одного окна». Все регламенты и процедуры должны быть направлены на минимизацию взаимодействия потребителя с иными подразделениями Общества.

5. Режим работы зала обслуживания потребителей пункта обслуживания потребителей должен быть удобен потребителю.

6. Алгоритм очного обслуживания потребителя.

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

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

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

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

6.4.1. Специалист по обслуживанию потребителей выполняет функции по реализации потребностей потребителя в рамках своих должностных обязанностей.

6.4.2. Сотрудник зала обслуживания потребителей 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 – предоставление контактов; иные вопросы – вежливый твёрдый отказ.

6.4.3. В случае необходимости специалист самостоятельно проводит взаимодействие с подразделениями Общества для решения вопроса потребителя.

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

6.4.5. Специалист при возможности (если нет очереди, и потребитель 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 потребителями:

Форма взаимодействия	Критерий	Параметр (среднее значение)
Пункты обслуживания потребителей		
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 потребителя	не более 30 минут	

Раздел 3. Требования к зданиям, где располагается зал обслуживания потребителей

1. Очное обслуживание организуется:

в местах с развитой инфраструктурой (недалеко от 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;

2. Помещение пункта обслуживания потребителей должно 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 пункта обслуживания потребителей должен быть проведён необходимый текущий и капитальный ремонт, мебель офиса должна выглядеть соответственно фирменному офисному стилю Общества, она не должна быть устаревшей и должна создавать впечатление современно оснащённого пункта обслуживания потребителей.

4. Для безопасности сотрудников и потребителей, 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 (по возможности).

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

6. Элементы интерьера помещения: вывески, указатели, информационные и рекламные баннеры, стенды и стойки с информацией, витрины, иные элементы оформления здания и помещения оформляются в едином стиле согласно Положению об управлении фирменным стилем (бренд-буком) Общества. 7. Информационные указатели, оформленные в едином корпоративном стиле, размещаются:

1) На входе в здание пункта обслуживания потребителей размещается:

вывеска с информацией: наименование организации, почтовый адрес, график работы пункта обслуживания потребителей, адрес электронной почты, телефон центра обслуживания потребителей и горячей линии по вопросам электроснабжения потребителей;

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

табличка с информацией о режиме работы.

2) По направлению к пункту обслуживания потребителей (при необходимости) – уличные указатели, показывающие направление движения к офису очного приёма потребителей, оформленные единообразно, в корпоративном стиле Общества.

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.

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

Раздел 4. Требования к помещениям для приёма потребителей и зонам обслуживания потребителей

1. При размещении помещения для очного приёма потребителей 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 офисе организуются отдельные зоны обслуживания для физических и юридических лиц. При невозможности организовать зону обслуживания потребителей 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 зале обслуживания потребителей должна быть оборудована зона ожидания потребителей,

позволяющая разместить всех потребителей в пиковые дни (часы) приёма (оптимально). Площадь зоны не менее 4 кв. м на 1 сотрудника, обслуживающего потребителя (1 место для обслуживания).

5. По возможности помещение должно быть обеспечено системой кондиционирования.

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

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

7.1. При обслуживании за столами со стороны потребителей должен стоять стул. Стол со стороны потребителя должен быть освобожден от всех предметов, чтобы потребитель имел возможность работать с документами (просмотреть/подписать

документы). На столе должны быть письменные принадлежности для пользования потребителем (бумага для записей, ручки с фиксацией).

7.2. При обслуживании в «окнах» со стороны потребителя должно быть предусмотрено место для работы с документами, на стойке должны быть письменные принадлежности для пользования потребителем (ручки с фиксацией).

8. Должна быть обеспечена чистота помещения пункта обслуживания потребителей, входной группы (витрин и окон), мебели, рекламных конструкций (штендеров) и т.д.

9. Должно быть обеспечено надлежащее состояние рабочих мест сотрудников в зоне обслуживания потребителей и иных помещениях, в которых ведется личный приём потребителей, 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 зала обслуживания потребителей должны быть обеспечены необходимым оборудованием и программным обеспечением рабочего места:

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

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

12. Зона обслуживания потребителей пункта обслуживания потребителей оформляется в корпоративном стиле, в ней должно быть обеспечено наличие:

стульев, банкетов или другой мебели для использования потребителями во время ожидания в очереди;

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

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);

настенных часов.

13. При возможности зал обслуживания потребителей 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. Пункт обслуживания потребителей оборудуется информационным стендом и специальным ящиком для анонимной обратной связи (для проведения анкетирования по вопросам оценки качества обслуживания и предложений по его улучшению).

15. Пункт обслуживания потребителей имеет книгу предложений и жалоб. Книга ежедневно просматривается ответственным специалистом. Каждое предложение и жалоба потребителя, касающаяся обслуживания и развития деятельности Общества, направляется в головной офис Общества для рассмотрения. Регистрация и обработка жалоб и обращений потребителей ведется в соответствии с утвержденными локально-нормативными актами.

16. Зал обслуживания потребителей, по возможности, должен иметь зону для продажи дополнительных услуг.

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

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

- 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.

16.2. Витрины должны быть оформлены в корпоративном стиле в соответствии с Положением об управлении фирменным стилем (бренд-буком) Общества и Стандартом оформления точек продаж.

Раздел 5. Информационное обеспечение

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

- актуальной (своевременное обновление);
- понятной для потребителей;
- с соблюдением корпоративного стиля.

2. Информационные материалы должны быть размещены в зале обслуживания потребителей:

- на стойках в зоне приёма;
- столах в зоне ожидания;
- стойках с брошюрами;
- стендах с информацией.

3. В пункте обслуживания потребителей 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 потребителем (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 учёта 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 потребителя – указание размера задолженности по оплате электрической энергии и стоимости услуг по введению ограничения режима электроснабжения и его возобновлению, а также стоимости услуг при нарушении потребителем 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 потребителей в пунктах очного и заочного обслуживания потребителей, а также адреса и телефоны указанных пунктов;

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

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

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

12) информация о правах потребителя (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 специально выделенная телефонная линия);

краткая информация о требованиях к обслуживанию.

4. По возможности крупные пункты обслуживания потребителей должны быть оснащены информационными и платёжными терминалами.

Глава 4. Организация заочного обслуживания

Раздел 1. Организация инфраструктуры заочного обслуживания

1. Система заочного обслуживания потребителей включает в себя следующие каналы связи:

1.1. Телефон пункта обслуживания потребителей, телефон горячей линии по вопросам электроснабжения потребителей, факс, короткие SMS;

1.2. Почта (почтовая переписка, электронная почта) – для письменных обращений потребителей;

1.3. Личный кабинет.

2. Общество обеспечивает прием и обработку телефонных обращений потребителей по вопросам:

а) осуществления технологического присоединения;

в) организации учета электрической энергии;

г) организации обслуживания потребителей, предоставления контактной информации пункта обслуживания потребителей, а также пользования интерактивными сервисами официального сайта Общества в сети Интернет;

д) несоответствия качества электрической энергии техническим регламентам и иным обязательным требованиям;

е) перерывов в передаче электрической энергии, прекращения или ограничения режима передачи электрической энергии.

Обслуживание потребителей по вопросам, указанным в подпунктах «а» и «е» настоящего пункта Стандарта осуществляется посредством телефонной связи в рабочее время офиса обслуживания потребителей. (пункта обслуживания потребителей); по вопросам, указанным в подпунктах «д» и «е», - в режиме горячей линии (далее - горячая линия по вопросам электроснабжения) круглосуточно.

2.1. Оператор телефонной связи осуществляет обработку входящих вызовов с информированием потребителя. При исходящем вызове возможен уточняющий запрос данных от потребителя.

2.1.1. Оператор телефонной связи (сотрудник пункта обслуживания потребителей) совершает обзвон потребителей с целью информирования о необходимости произвести оплату накопившейся задолженности, а также с целью совершения продаж дополнительных услуг.

3. Устанавливаются следующие параметры деятельности пункта обслуживания потребителей посредством телефонной связи:

3.1. Прием вызовов специалистами, ответственными за прием звонков от потребителей, должен осуществляться в удобное для потребителя время, перерыв не может быть у всех сотрудников, принимающих звонки, одновременно.

3.2. Прием звонков от потребителей по вопросам расчетов 5 дней в неделю (пн.- чт. с 9.00 до 17.00, пт. с 9.00 до 15.45, перерыв с 13.00 до 13.45).

3.3. Для контроля качества обслуживания потребителей, урегулирования сложных и непредвиденных ситуаций осуществляется запись разговоров, о которой потребитель предупреждается в начале телефонного разговора.

3.4. Для оптимизации деятельности и учёта эффективности обслуживания потребителей посредством телефонной связи необходимо использование:

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

системы сбора статистики об обращениях потребителей посредством телефонной связи.

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

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

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

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

Раздел 2. Организация обработки обращений посредством телефонной связи

1. Приём звонков осуществляют специалисты пункта обслуживания потребителей, ответственных за прием звонков от потребителей.

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

3. Решение вопроса потребителя должно осуществляться специалистом пункта обслуживания потребителей, ответственным за прием звонков от потребителей, 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 потребителя и обязуется перезвонить потребителю в течение рабочего дня. В случае, если решение вопроса требует больше времени, то специалист согласует с потребителем более поздний срок для предоставления ответа, но не превышающий 5 рабочих дней.

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

6. Все заочные обращения, поступающие в адрес Общества, регистрируются и обрабатываются в соответствии с утвержденными внутренними локально-нормативными актами Общества.

7. Качественная (квалифицированная) консультативная поддержка потребителей (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 Общества, – предоставление контактов;

иные вопросы – вежливый твёрдый отказ.

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

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

Раздел 3. Организация обработки письменных обращений потребителей посредством почты

1. Ответственным исполнителем производится регистрация и обработка письменного обращения. При регистрации обращения фиксируется контактная информация потребителя, дата поступления обращения и входящий регистрационный номер обращения.

2. Ответ на обращение потребителей готовит специалист по работе с потребителями, назначенный руководителем соответствующего структурного подразделения.

3. Ответ на каждое полученное письмо потребителя, 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 Общества, подписывается должностным лицом, ответственным за работу с потребителями и, содержит ответ по существу обращения потребителя и контактные данные исполнителя.

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

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

если текст письменного обращения не поддается прочтению;

если в письменном обращении потребителя содержится вопрос, на который потребителю 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 потребителя 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 Общества должны учитываться следующие критерии и параметры оценки средней и предельной продолжительности взаимодействия с потребителями и:

Форма взаимодействия	Критерий	Параметр (предельное значение)
Телефонная связь		
Телефонное обслуживание потребителя	Время ожидания ответа	Не более 100 секунд
	Запрос и поиск информации о потребителе	45 секунд
	Предоставление информации по запросу (за исключением сложных вопросов)	5 минут
	Постобработка обращения	5 минут
	Время ответа на сложный вопрос (необходимо перезвонить потребителю)	В течение рабочего дня или по согласованию с потребителем, 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 потребителей;

дополнительный способ взаимодействия с компанией потребителей, имеющих доступ в сеть Интернет;

оперативное информирование потребителей о новостях Общества, изменениях в ценовой политике, изменении перечня предоставляемых услуг;

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

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

требование законодательства в части раскрытия информации для потребителей и акционеров.

2. Сайт Общества 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 потребителя.

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

4.1. Должна быть обеспечена полнота информации о Общества 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 потребителей;

порядок и условия внесения платежей за электроэнергию;

порядок и условия приема показаний приборов учета, последствия вывода из строя приборов учета, 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 потребителем 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 пунктах 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 потребителя, о действующих в Общества стандартах качества обслуживания потребителей.

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

6. Автоинформирование:

6.1. Система автоинформирования потребителей предназначена для доведения типовой информации.

Обзвон может производиться как среди всех потребителей Общества, так и среди отдельных групп. Автоинформатор рекомендуется использовать для предоставления дополнительной информации для потребителей 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 Общества формируют сценарий контакта с потребителями и список обзвона.

6.2. Автоинформирование потребителей 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 потребителей, при наличии телефонного номера в базе.

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

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

Раздел 2. Организация обработки обращений

1. Интерактивное обслуживание потребителей 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 потребителю являются:

личный кабинет;
 системы автоинформирования.

3. Потребитель может получить ответ на запрос справочной информации, задав вопрос специалисту Общества (автоматизированная форма) без регистрации в личном кабинете.

4. Самостоятельный поиск интересующей информации осуществляется потребителем вручную, методом прямого просмотра всех представленных на сайте вопросов / ответов.

5. Если потребитель не смог найти ответ на интересующий его вопрос среди имеющихся в базе, то он может отправить вопрос специалисту Общества.

6. Обработка интерактивных сообщений потребителей производится сотрудниками Общества в соответствии с действующими локально-нормативными актами, регламентами Общества.

7. В случае возникновения претензий (жалоб или предложений) потребителю необходимо заполнить автоматизированную форму без регистрации в личном кабинете.

8. После отправки потребителем обращения / жалобы на указанный им адрес электронной почты уходит письмо, в котором потребителю выражается благодарность за обращение, а также уточняется, что обращение / жалоба будет рассмотрена в течение 3-х рабочих дней, после чего с ним свяжется специалист Общества.

9. Все жалобы от потребителей Общества 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 потребителем по одному из указанных контактов (телефон, электронная почта) с целью уточнения информации.

11. Если данные потребителя 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 Общества должны учитываться следующие критерии и параметры оценки предельной продолжительности взаимодействия с потребителями:

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 потребителями

1. Под обратной связью понимается выражение потребителем степени удовлетворённости деятельностью Общества в целом, либо отдельными направлениями: качеством и своевременностью предоставления услуг, обслуживающим персоналом Общества и т.д.

2. По отношению потребителя и Общества обратная связь подразделяется на: активную (потребитель является инициатором обратной связи); пассивную (Общество обращается к потребителю для выяснения степени удовлетворенности обслуживанием).

3. По способу выражения обратная связь подразделяется на:

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

4. Обратная связь осуществляется по следующим каналам связи:

устные и письменные обращения потребителей в пункт обслуживания потребителей (включая записи в книге отзывов и предложений);

телефонные обращения;

почта;

личный кабинет;

электронная почта;

автоответчик;

SMS;

система автоинформирования.

5. Обращение потребителя по одному из интерактивных каналов связи должно являться бесплатным.

6. Активная обратная связь выражается в самостоятельном проявлении инициативы потребителем в предоставлении своего мнения о качестве обслуживания, соблюдении процесса обслуживания в Общества.

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

8. Алгоритм работы по рассмотрению обращений / жалоб потребителей 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 пунктах обслуживания потребителей;

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 потребителя форме.

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

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

Форма связи с потребителем	Направленность	Срок принятия мер/частота проведения опросов
Очное		
Устная в пункте обслуживания потребителей	активное	10 дней
Письменная в пункте обслуживания потребителей (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 (при возможности и необходимости организации) включает в себя терминалы по приему платежей и передаче показаний, а также для получения необходимой информации по оказываемым услугам Общества.

2. При организации самообслуживания должна быть обеспечена возможность воспользоваться услугами без посещения пункта обслуживания потребителей и обращения к сотруднику Общества.

3. Платёжные и информационные терминалы могут быть расположены в пункте обслуживания потребителей Общества и (или) территории офисов иных организаций.

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

5. При расположении терминалов на территории пункта обслуживания потребителей должно быть обеспечено информирование потребителей сотрудником Общества (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 пункта обслуживания потребителей;
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 Общества при приёме платежей должно быть осуществлено в день оплаты потребителем.

6.3. Необходимо обеспечить предоставление потребителю чека, с данными об оплате услуг, позволяющего идентифицировать платёж, оформленного в соответствии с требованиями действующего законодательства. (номер лицевого счёта потребителя, период платежа, данные об оплачиваемой услуге, сумме, остатке по счёту, факте перечисления средств и иной информации, при оплате за электроэнергию – показания прибора учёта).

6.4. Необходимо обеспечить возможность предоставления потребителю услуги по автоматическому списанию средств с банковской карты для оплаты услуг Общества.

Глава 8. Этика обслуживания потребителей

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 потребителю, здравый смысл и рациональность поведения сотрудника. Сотрудник в своём лице представляет Общество и отношение Общества к потребителю.

2. Сотрудник должен оперативно и качественно обслуживать потребителя.

3. Сотрудник должен стремиться обеспечить максимальный эмоциональный комфорт для потребителя. Предупредительность, тактичность, вежливость, доброжелательность и спокойствие являются безусловными составляющими высокой коммуникативной культуры общения сотрудника с потребителем и. Специалисту Общества следует использовать слова «спасибо» и «пожалуйста».

4. Сотрудник всегда первым приветствует потребителя.

5. Сотрудник в процессе общения обращается к потребителю по имени и отчеству и на «Вы» вне зависимости от его возраста и социального положения, это подчеркивает вежливое и уважительное отношение Общества к потребителю.

6. Каждый потребитель требует внимания. Сотрудник относится ко всем потребителям ровно и выдержанно вне зависимости от личных симпатий и антипатий.

7. Особое внимание следует уделять работе с жалобами потребителей:
сотруднику необходимо внимательно выслушать потребителя и выразить готовность разобраться в возникшей ситуации;

сотрудник должен в обязательном порядке зафиксировать жалобу.

8. Сотрудник должен уважать точку зрения потребителя вне зависимости от того разделяет он её или нет. Не допускается явно навязывать свою точку зрения, игнорировать высказывания потребителя.

9. Иностранные слова или профессиональные термины при общении с потребителем сотрудник должен употреблять в меру и только в тех случаях, когда уверен в том, что потребитель полностью понимает его. Запрещается употребление просторечных или грубых выражений.

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

11. Если у сотрудника нет полной уверенности в точности передаваемой потребителю информации, ему необходимо её перепроверить. Если для выяснения деталей требуется значительное время, то сотруднику следует предложить потребителю 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 потребителя 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 потребителя, он должен:

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

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

Раздел 2. Деловой этикет при очном обслуживании потребителей

1. Личное общение с потребителем является важным элементом корпоративной культуры Общества.

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

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 потребитель, и предложить оптимальный вариант решения его проблемы, чтобы потребителю не пришлось обращаться повторно.

5. При обсуждении принципиально важных или спорных моментов сотруднику необходимо:

получить подтверждение, понял ли его потребитель. Повторяя ключевые фразы беседы, нужно убедиться, что стороны пришли к согласию относительно дальнейших действий потребителя.

6. Рекомендуются предоставлять потребителю важную или сложную для запоминания информацию в письменном виде. В письменном виде указываются перечни документов, телефон пункта обслуживания потребителей.

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

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

9. В обращении с потребителем должны применяться единые стандарты, предусматривающие:

единые правила этикета;

шаблоны ответов (обращений к потребителю, ответов на часто задаваемые вопросы и т.п.);

единый перечень действий по работе с обращениями потребителей (в зависимости от тематики).

Раздел 3. Внешний вид сотрудника при очном обслуживании потребителей

1. Сотрудники пункта обслуживания потребителей, которые очно или заочно обслуживают потребителей, должны соблюдать дресс-код, установленный в Обществе.

2. В офисе сотрудники не должны носить спортивную и пляжную одежду и обувь.

3. Макияж и прическа должны быть выдержаны в деловом стиле. Запах парфюмерии не должен быть сильно выражен.

4. Допустимо дополнение костюма различными аксессуарами и немногочисленными неброскими украшениями.

Раздел 4. Деловой этикет при телефонных переговорах

1. Телефонные переговоры являются важным элементом корпоративной культуры Общества. Сотрудник, отвечающий на телефонный звонок, формирует соответствующий имидж Общества у потребителей 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 потребителя была решена и у него осталось приятное впечатление о Обществе.

5. Из-за особенностей телефонной связи сотруднику необходимо чётко выговаривать слова, чтобы потребитель 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 потребителя, 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 потребителя, рекомендуется записать номер телефона потребителя 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 потребитель ждёт на линии, то сотрудник не должен разговаривать с другими сотрудниками либо потребителями в офисе.

14. В конце общения сотруднику необходимо поблагодарить потребителя 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 потребителю 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 потребителей, 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 облакачиваться 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 потребителя;

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 потребителем. 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 заставляя 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 7. Взаимодействие с потребителями при оказании отдельных видов услуг

Данные требования относятся к процессу обслуживания потребителей и регламентируют основные процессы взаимодействия с потребителям.

1. Дополнительные требования к процедуре заключения договора энергоснабжения (купли-продажи).		
В зале обслуживания потребителей		
1.1.	Выдача потребителю (физическому и юридическому лицу) перечня документов для заключения договора и бланк заявления при обращении потребителя.	5 минут
1.2	<p>Проверка полноты и правильности документов на заключение договора во время обслуживания потребителя.</p> <p>В зале обслуживания потребителей для физических лиц: 1) если представлен полный комплект документов, согласованных с сетевой организацией, то производится: а) выдача проекта договора или б) приём документов, регистрация заявления, выдача копии принятого заявления с номером, датой приёма, ФИО сотрудника. 2) если представлен неполный комплект документов, то производится: а) уведомление потребителя о перечне недостающих документов.</p> <p>В зале обслуживания потребителей для юридических лиц: 1) если представлен полный комплект документов, то производится: а) приём документов, регистрация заявления, выдача копии принятого заявления с номером, датой приёма, ФИО сотрудника. 2) если представлен неполный комплект документов, то производится:</p>	10 минут на 1 лицевой счет или 1 точку подключения

	а) уведомление потребителя о перечне недостающих документов.	
1.3.	Уведомление потребителя о перечне недостающих документов.	В день обращения
1.4.	Уведомление потребителя об отказе в заключение договора с указанием причин отказа.	В течение 5 дней со дня обращения.
1.5.	Передача проекта договора в зале обслуживания потребителей.	Не более чем через 14 дней с даты подачи заявления
1.6.	Выдача потребителю 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 потребителю (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 потребителя 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 потребителя
По сети Интернет		
Уведомление сотрудником, исполнителем о ходе заключения договора потребителя 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 Общества, в офисе Общества 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 потребителя: а) внесение показаний в базу данных, фиксация даты приема и ФИО сотрудника; б) разъяснение, почему показания приборов учета не принимаются в расчет.	15 минут
2.2.	Внесение в базу данных показаний приборов учёта, предоставленных потребителем по телефону, факсу, SMS, через сайт или мобильное приложение и (или) расчетно-информационных систем.. Фиксация даты приёма и ФИО сотрудника.	Не более 1 рабочего дня
2.3.	Разъяснение потребителю, 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 платёжных документов, приёма платежей

3.1.	Зачисление средств, поступающих при оплате через сайт Общества.	В течение 1 дня
3.2.	Сообщение потребителю о подтверждении оплаты при оплате через сайт или мобильное приложения и (или) расчетно-информационных систем.	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 потребителя 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 потребителя 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 потребителя 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 потребителем документов и предоставление соглашения о рассрочке после оплаты потребителем 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 потребителем в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения им обязательств по договору энергоснабжения		
6.1.	Возобновление подачи коммунальной услуги по электроснабжению потребителям, 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 потребителем 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 потребители).	В соответствии с действующими законодательными актами РФ.
8. Приём показаний приборов учёта		
8.1.	Любыми удобными для потребителя способами: - сообщением оператору пункта приёма платежей в момент оплаты;	Прием показаний производится ежемесячно в утвержденные ОП даты.

	<ul style="list-style-type: none"> - через сеть Интернет; - посредством телефонной связи; - по электронной почте; - через отправку SMS-сообщения. 	
9. Информирование потребителя о задолженности по оплате электрической энергии, об изменениях тарифов, а также предоставление иной информации		
9.1.	<p>Информирование может производиться:</p> <ul style="list-style-type: none"> - посредством электронной почты; - посредством SMS; - посредством телефонной связи. <p>Информирование об изменениях тарифов производится через электронные и печатные СМИ.</p> <ul style="list-style-type: none"> - в письменном виде, путём направления уведомления и извещения 	Информирование посредством SMS и телефонной связи производится ежедневно пн.- чт. с 9.00 до 17.00 и пт. с 9.00 до 16.45 по местному времени, кроме выходных и 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 потребителем задолженности. Выдача справки	15 минут
11. Информирование потребителя по вопросам снабжения электрической энергией		
11.1.	Посредством: телефонной связи; электронной почты.	В соответствии с режимом работы пунктом обслуживания потребителей и работой администратора сайта
11.2.	Письменное направление ответов на претензии и жалобы	до 14 календарных дней.
11.3.	Пункты очного обслуживания	В соответствии с утверждённым графиком работы офиса
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 потребителем по телефону для согласования времени оказания услуги с даты получения заявки и уточнения даты оплаты (при мобильной кассе), либо после проведения оплаты потребителем.	Не более 3 рабочих дней