



**СТАНДАРТ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ
КЛИЕНТОВ**

Оглавление

ПРЕДИСЛОВИЕ	3
1. Общие положения.....	4
1.1. Область применения.....	4
2. Нормативные ссылки	5
3. Термины, определения и сокращения	6
4. Цели и задачи	8
5. Организация обслуживания клиентов.....	10
5.1. Концепция клиентоориентированной политики.....	10
5.2. Организационно-нормативное обеспечение	11
5.3. Инфраструктура очного обслуживания	12
5.4. Требования к помещениям для приема клиентов	12
5.5. Требования к персоналу, осуществляющему прием граждан.....	13
6. Требования к процессам обслуживания при взаимодействии с клиентами	14
6.1. Общие принципы организации бизнес-процессов.....	14
6.2. Основные критерии и параметры взаимодействия с клиентами	14
6.3. Обеспечение качества клиентского обслуживания	15
7. Очное обслуживание.....	16
7.1. Организация приема клиентов	16
7.2. Типовой алгоритм обслуживания клиента	16
7.3. Принципы урегулирования конфликтов	17
8. Заочное обслуживание	17
8.1. Организация заочного обслуживания	17
8.2. Порядок заочного обслуживания клиентов посредством телефонной связи (Контакт-центр).....	18
8.3. Горячая линия.....	20
8.4. Использование автоответчика.....	20
8.5. Порядок заочного обслуживания клиентов посредством почтовой переписки	20
9. Интерактивное обслуживание	22
9.1. Организация инфраструктуры интерактивного обслуживания	22
9.2. Система автоинформирования	22
9.3. Требования к организации системы интерактивного обслуживания.....	23
9.4. Интерактивное обслуживание жалоб и претензий	24
10. Организация обратной связи с клиентами	24
11. Информационное обеспечение клиентов	25
12. Порядок рассмотрения претензий потребителей	27
13. Критерии качества обслуживания и контроль и мониторинг качества обслуживания клиентов	29
«Тюменьэнергосбыт» – филиал ОАО «ЭК «Восток»	32
Приложение 1.1. Система организации очного обслуживания клиентов (потребителей) ОАО «ЭК «Восток»	32
«Тюменьэнергосбыт» – филиал ОАО «ЭК «Восток»	36
Приложение 2.1. Интерактивное обслуживание клиентов (потребителей) «Тюменьэнергосбыт» - филиала ОАО «ЭК «Восток»	36
Приложение 3. Инструкция оформления офисов обслуживания клиентов ОАО «ЭК «Восток»	39
Приложение 4. Кодекс деловой этики ОАО «ЭК «Восток»	42

ПРЕДИСЛОВИЕ

Любой бизнес может существовать и развиваться только благодаря своим клиентам. Поэтому чем больше клиентов удовлетворены качеством работы и обслуживания, тем больше шансов на успех у всей компании. В условиях нарастающей конкуренции клиентов можно привлечь только безупречным сервисным обслуживанием.

Стандарт качества обслуживания - это своего рода свод правил обращения с клиентом. Эти правила должны гарантировать, что взаимодействие с клиентом будет обеспечиваться на высшем уровне, запросы будут обрабатываться своевременно, каждому клиенту будет гарантирована реакция на его запрос, а также удобство обслуживания. И, наконец, Стандарт качества обслуживания гарантирует компетентность услуг, предоставляемых компанией.

Стандарт содержит в себе перечень правил, устанавливающих порядок очного и заочного обслуживания потребителей-граждан и потребителей – юридических лиц, ведение переписки с клиентами, способы контроля за исполнением настоящего Стандарта и многое другое.

1. Общие положения

1.1. Область применения

- 1.1.1. Настоящий стандарт качества обслуживания потребителей (покупателей) электрической энергии (далее – Стандарт) является нормативным документом, устанавливающим базовые требования по взаимодействию с клиентами при оказании услуг в сфере энергоснабжения Открытым акционерным обществом «Энергосбытовая компания «Восток», обладающим статусом гарантирующего поставщика. Разработан в соответствии с требованиями Основных положений функционирования розничных рынков электрической энергии, утвержденных Постановлением Правительства РФ № 442 от 04 мая 2012 г. и на основе Национального стандарта Российской Федерации ГОСТ Р53368-2009 «Обслуживание потребителей электрической и тепловой энергии».
- 1.1.2. Стандарт предназначен для применения всеми сотрудниками Общества.
- 1.1.3. Стандарт распространяется на взаимоотношения с потребителями - физическими лицами; юридическими лицами, в том числе исполнителями коммунальных услуг из числа товариществ собственников жилья, жилищно-строительных, жилищных или иных специализированных потребительских кооперативов либо управляющих организаций; предпринимателями без образования юридического лица. Стандарт не устанавливает требования к взаимодействию организаций и потребителей на оптовом рынке электроэнергии.
- 1.1.4. В целях обеспечения требований настоящего Стандарта, действия персонала регламентируются действующим законодательством и следующими локальными актами:
- **Система организации очного обслуживания клиентов (потребителей) ОАО «ЭК «Восток»:**
 - Приложение № 1.1 к Стандарту - Система организации очного обслуживания клиентов (потребителей) «Тюменьэнергосбыт» - филиала ОАО «ЭК «Восток»;
 - Приложение № 1.2 к Стандарту - Система организации очного обслуживания клиентов (потребителей) «Энергосбыт» - филиала ОАО «ЭК «Восток»;
 - **Интерактивное обслуживание клиентов (потребителей) ОАО «ЭК «Восток»:**
 - Приложение № 2.1 к Стандарту – Интерактивное обслуживание клиентов (потребителей) «Тюменьэнергосбыт» - филиала ОАО «ЭК «Восток»;
 - Приложение № 2.2 к Стандарту – Интерактивное обслуживание клиентов (потребителей) «Энергосбыт» - филиала ОАО «ЭК «Восток»;
 - **Инструкция оформления офисов обслуживания клиентов ОАО «ЭК «Восток»** - Приложение № 3 к Стандарту;
 - **Кодекс деловой этики ОАО «ЭК «Восток»** - Приложение № 4 к Стандарту.

2. Нормативные ссылки

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

- Гражданский кодекс Российской Федерации;
- Федеральный Закон от 26 марта 2003 г. № 35-ФЗ «Об электроэнергетике»;
- Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. №2300-1 «О защите прав потребителей»;
- Федеральный Закон от 2 мая 2006 г. № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации»;
- Федеральный Закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных»;
- Постановление Правительства Российской Федерации от 04 мая 2012 г. № 442 «Об утверждении Правил функционирования розничных рынков электрической энергии в переходный период реформирования электроэнергетики», включая:
 - Основные положения функционирования розничных рынков электрической энергии и мощности (далее по тексту Стандарта – **Основные положения**);
 - Правила полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии (далее по тексту Стандарта – **Правила ограничения**);
- Постановление Правительства Российской Федерации от 27 декабря 2004 г. № 861 «Об утверждении правил недискриминационного доступа к услугам по передаче электрической энергии и оказания этих услуг, ...», включая:
 - Правила недискриминационного доступа к услугам по передаче электрической энергии и оказания этих услуг (далее по тексту Стандарта – **Правила недискриминационного доступа**);
 - Правила недискриминационного доступа к услугам по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике и оказания этих услуг;
 - Правила недискриминационного доступа к услугам администратора торговой системы оптового рынка и оказания этих услуг;
 - Правила технологического присоединения энергопринимающих устройств потребителей электрической энергии, объектов по производству электрической энергии, а также объектов электросетевого хозяйства, принадлежащих сетевым организациям и иным лицам, к электрическим сетям (далее по тексту Стандарта – **Правила технологического присоединения**).

- Постановление Правительства Российской Федерации от 23 мая 2006 г. № 306 «Об утверждении Правил установления и определения нормативов потребления коммунальных услуг» (далее по тексту Стандарта – **Правила определения нормативов потребления**);
- Постановление Правительства Российской Федерации от 06 мая 2011 г. № 354 «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов» (далее по тексту Стандарта – **Правила предоставления коммунальных услуг**);
- Приказ Федеральной Службы по тарифам Российской Федерации от 31 декабря 2010 г. № 655-э «Об определении категорий потребителей, которые приравнены к населению и которым электрическая энергия (мощность) поставляется по регулируемым ценам (тарифам)»;
- ГОСТ Р 53368-2009 Обслуживание потребителей электрической и тепловой энергии;
- Межгосударственный стандарт ГОСТ 30335-95 / ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения» (введен в действие постановлением Госстандарта РФ от 12 марта 1996г. № 164);
- ГОСТ 13109-97. Нормы качества электрической энергии в системах электроснабжения общего назначения от 01.01.1999г.;
- Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 52113-2003 «Услуги населению. Номенклатура показателей качества» (утв. постановлением Госстандарта Российской Федерации от 28 июля 2003 г. № 253-ст);
- ГОСТ Р ИСО 9000-2008 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь;
- Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы СанПиН 2.1.2.1188-03; СанПиН 2.2.4.548-96; СанПиН 2.2.2.542-96.

3. Термины, определения и сокращения

3.1. В настоящем Стандарте применены термины в соответствии с Основными положениями, Правилами предоставления коммунальных услуг, Правилами недискриминационного доступа, ГОСТ Р ИСО 9000-2008, ГОСТ 30335, другими документами, указанными в разделе 2 Стандарта, а также следующие термины с соответствующими определениями:

3.1.1. **Общество** – Открытое акционерное общество «Энергосбытовая компания «Восток».

3.1.2. **Филиал** – обособленное подразделение Общества («Тюменьэнергосбыт»-филиал, осуществляющий деятельность в Тюменской области и ХМАО, и «Энергосбыт» - филиал, осуществляющий деятельность в Курганской области).

- 3.1.3. **Автоинформатор** - техническая система автоматического оповещения большого числа абонентов в целях доведения до них типовой информации.
- 3.1.4. **Бэк-офис** – подразделения Общества, на которые возложены задачи, непосредственно не связанные с личным обслуживанием клиентов, включающие в себя:
- рассмотрение и обработку обращений клиентов, поступающих через фронт-офис;
 - оформление договоров энергоснабжения и приложений к ним;
 - организация исполнения заявок и др.
- 3.1.5. **Веб-сайт** - в компьютерной сети объединённая под одним адресом (доменным именем или IP-адресом) совокупность документов частного Общества в сети Интернет. Веб-сайт Общества www.vostok-electra.ru, Филиалов: «Тюменьэнергосбыт» - www.tesbyt.ru, «Энергосбыт» - www.ensbyt.ru.
- 3.1.6. **Гарантирующий поставщик электрической энергии (ГП)** - коммерческая организация, обязанная в соответствии с Федеральным законом или добровольно принятыми обязательствами заключить договор купли-продажи электрической энергии с любым обратившимся к нему потребителем либо с лицом, действующим от имени и в интересах потребителя и желающим приобрести электрическую энергию. По тексту Стандарта под ГП понимается Общество.
- 3.1.7. **Жалоба (претензия потребителя)** – направленное клиентом в адрес Общества (Филиала) или должностного лица Общества (Филиала) письменное или устное заявление о нарушении прав или охраняемых законом интересов клиента (например, претензия о предоставлении услуги ненадлежащего качества и соответствующем уменьшении ее стоимости и т.п.).
- 3.1.8. **Заочное обслуживание** - обслуживание потребителей без личного контакта с сотрудниками Общества (Филиала), в том числе по телефону, почте или через сети Интернет. Заочное обслуживание осуществляют Контактный центр и сотрудник Общества (Филиала) в компетенции которого находится вопрос.
- 3.1.9. **Заявитель** – потребитель (покупатель), имеющий намерение заключить с Обществом договор энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности)).
- 3.1.10. **Интерактивное обслуживание** – заочное обслуживание потребителей с использованием сети Интернет.
- 3.1.11. **Интернет-приемная (обратная связь)** - интерактивная приемная для потребителей на веб-сайте. Интернет-приемная может быть создана в форме Интернет-портала, т.е. совокупности веб-страниц с повторяющимся дизайном, объединенных по смыслу, навигационно и физически находящихся на одном веб-сервере.
- 3.1.12. **Контакт-центр (Call-центр)** - совокупность оборудования, программного обеспечения, работников, процессов для обеспечения обслуживания потребителей по телефону.

- 3.1.13. **Обращение** - направленное клиентом в адрес Общества (Филиала) или должностного лица Общества (Филиала) письменное или устное предложение, заявление или жалоба. Обращение может быть запросом о предоставлении информации и т.п..
- 3.1.14. **Офис (центр) обслуживания клиентов (ЦОК)** – офис, предназначенный для приема обращений клиентов по вопросам, в том числе энергопотребления, эксплуатации приборов учета, расчетов за потребленную электроэнергию, осуществления коммунальных платежей, создания комфортной, эргономичной среды взаимодействия, повышения эффективности обслуживания.
- 3.1.15. **Очное обслуживание** - обслуживание клиентов посредством личного контакта с сотрудниками Общества (Филиала).
- 3.1.16. **Потребитель** – потребитель электрической энергии, приобретающий электрическую энергию (мощность) для собственных бытовых и(или) производственных нужд.
- 3.1.17. **Клиент** – потребитель (покупатель) или лицо, намеренное приобретать электрическую энергию (мощность) для собственных бытовых и(или) производственных нужд.
- 3.1.18. **Фронт-офис** – функциональный блок Общества (Филиала), осуществляющий непосредственный контакт с клиентами в очной или заочной форме.
- 3.1.19. **Этикет** – совокупность норм и правил, отражающих представления о должном поведении и формализующих процесс коммуникации между людьми.
- 3.1.20. **Mail-робот** – программа обработки входящей электронной корреспонденции.
- 3.1.21. **Short Message Service** – (с англ. короткое текстовое сообщение) текстовые сообщения объемом не более 160 знаков, используемые в основном для коммуникации и обмена информацией, распространяются посредством мобильной телефонии и через Интернет.

3.2. В настоящем стандарте применены следующие сокращения:

- 3.2.1. **СМИ** – средства массовой информации;
- 3.2.2. **ТСО** – территориальная сетевая организация;
- 3.2.3. **ЦОК** – центр (офис) обслуживания клиентов;
- 3.2.4. **ЭСО** – энергосбытовая (энергоснабжающая) организация;
- 3.2.5. **PR** – Public Relations;
- 3.2.6. **SMS** – Short Message Service.

4. Цели и задачи

- 4.1. Целью настоящего Стандарта является **установление норм и правил взаимодействия с клиентами, единых требований к качеству обслуживания, оптимизация и формализация процедур взаимодействия**

Общества, снабжающего потребителя электрической энергией для повышения удовлетворенности качеством обслуживания клиентов.

- 4.2. Повышение удовлетворенности качеством обслуживания достигается в результате:
- экономии времени и усилий клиента, возможности предоставления клиенту одновременно несколько видов услуг;
 - сокращения времени на обслуживание одного клиента (в т.ч. минимизация визитов в офисы обслуживания клиентов Общества (Филиала));
 - создания комфортных условий и доброжелательного отношения к клиенту;
 - упрощения процедуры взаимодействия с клиентами.
- 4.3. Стандарт устанавливает требования к следующим процессам взаимодействия:
- реагирования на претензии и обращения, обеспечения «обратной связи»;
 - оценки степени удовлетворенности качеством услуг электроснабжения и качеством обслуживания;
 - заключение и ведение договоров, текущее обслуживание;
 - анализ потребностей и ожиданий потребителей посредством обработки обращений потребителей;
 - осуществление мониторинга и контроля над обслуживанием потребителей, в том числе за исполнением решений, принятых по жалобам и обращениям потребителей;
 - обеспечение информированности.
- 4.4. Стандарт определяет и регламентирует основные направления повышения удовлетворенности потребителей качеством услуг электроснабжения и качеством обслуживания:
- уменьшения времени решения вопросов;
 - оптимизация затрат потребителей и организаций;
 - создания комфортных условий и доброжелательного отношения к потребителю.
- 4.5. Следование нормам настоящего Стандарта направлено:
- на сохранение и привлечение новых клиентов;
 - на создание у клиентов потребности продолжать сотрудничество с Обществом
 - на формирование и поддержание положительного имиджа Общества в глазах клиентов, акционеров, сотрудников.

5. Организация обслуживания клиентов.

5.1. Концепция клиентоориентированной политики

5.1.1. Ценности и принципы взаимодействия с клиентами определяются исходя из миссии Общества, и включают в себя обязательство по обеспечению надежного и бесперебойного энергоснабжения, доступность всего спектра услуг добросовестным потребителям. Клиентоориентированный подход Общества основан на систематическом взаимодействии с клиентами, отслеживании и анализе их потребностей в электроэнергии, изучения мнения потребителей о качестве обслуживания и использовании принципа «обратной связи».

5.1.2. Основными принципами взаимодействия Общества (Филиалов) с потребителями являются надежность и бесперебойность электроснабжения и **доступность обслуживания**, под которой принимается:

- **Территориальная доступность.** Потребителям гарантируется качественное обслуживание и оперативное рассмотрение обращений независимо от удаленности места проживания.
- **Организационная доступность.** Правила пользования услугами Общества (Филиалов) должны быть прозрачны и исполнимы.
- **Информационная доступность.** Полная и достоверная информация обо всех процедурах взаимодействия с Обществом носит публичный характер и предоставляется в доступной форме. Потребители надлежащим образом информируются о стоимости услуг, порядке формирования и размере тарифов на оплату электроэнергии, а также, при необходимости, о порядке ценообразования на розничном рынке электроэнергии.

5.1.3. Обслуживание потребителей основано на следующих принципах:

- **Принцип «обратной связи»:**

Общество проводит изменения в своей деятельности в ответ на потребности и ожидания потребителей.

- **Принцип «объективности»:**

Клиентам обеспечивается объективное и непредвзятое рассмотрение обращений и жалоб в установленные сроки, исходя из принципа добросовестности клиента, если в установленном законом порядке не установлено обратное. Рассмотрение обращений и жалоб исходит из принципа добросовестности потребителя, если в установленном законом порядке не установлено обратное. При рассмотрении обращений физических лиц, представляющих социально уязвимые категории населения, а также предпринимателей без образования юридического лица (ИП) и малого бизнеса учитывается, что у данной группы потребителей нет юридических и технических знаний по вопросам энергоснабжения.

5.1.4. Потребителям обеспечивается защита персональных данных на основании Федерального закона Российской Федерации от 27.07.2006г. № 152 - ФЗ «О

персональных данных». Специалисты Общества обеспечивают конфиденциальность полученной информации, за исключением случаев, предусмотренных действующим законодательством. Допускается передача документов и писем, полученных от потребителей только с согласия руководства Общества (Филиала).

5.2. Организационно-нормативное обеспечение

- 5.2.1. Система обслуживания клиентов в Обществе (Филиале) организуется таким образом, чтобы обеспечить оптимальный баланс качества и стоимости обслуживания и удовлетворение требований клиентов в соответствии с законодательством Российской Федерации и условиями договора.
- 5.2.2. Общие вопросы организации системы управления взаимодействия с клиентами определяются в соответствии с **Концепцией клиентоориентированной политики**.
- 5.2.3. Центры по обслуживанию клиентов организуется в Филиале Общества. Прием потребителей осуществляют **службы по работе с юридическими лицами и с населением**.
- 5.2.4. Клиентские залы (наряду с Контакт-центром) являются точкой входа клиентов в Общество с заявками, вопросами и потребностями (как по основной деятельности, так и по вопросам оказания коммерческих услуг).
- 5.2.5. Структурные подразделения, в функции которых входит оказание услуг, взаимодействуют в работе с потребителями в рамках своей компетенции. Каждое из структурных подразделений, деятельность которых затрагивает интересы потребителей, дает предложения по улучшению работы с клиентами и участвует в реализации соответствующего плана мероприятий.
- 5.2.6. Для помощи структурным подразделениям фронт-офиса в организации обслуживания клиентов формируются подразделения бэк-офиса, в функции которого входит рассмотрение, обработка и выполнение заявок и обращений клиентов, поступающих через фронт-офис.
- 5.2.7. Для организации взаимодействия с клиентами используется единое корпоративное программное обеспечение офисов обслуживания клиентов (юридических лиц и населения) с возможностью доступа к единой информационной базе.
- 5.2.8. Общество предоставляет клиентам возможность свободного выбора любого из трех типов каналов информационного взаимодействия (очного, заочного и интерактивного) в зависимости от индивидуальных возможностей и предпочтений клиента.
- 5.2.9. Для создания и поддержания системы централизованного обслуживания клиентов Общество (Филиал) обеспечивает наличие:
 - квалифицированных специалистов, ответственных за взаимодействие с клиентами и организацию клиентского обслуживания;
 - соответствующих Стандарту помещений для приема клиентов;

- современного компьютерного оборудования и программного обеспечения для регистрации, обработки обращений клиентов и формирования отчетов;
- формализованных в соответствующей регламентирующей документации бизнес-процессов взаимодействия Общества (Филиала) с клиентами.

5.3. Инфраструктура очного обслуживания

- 5.3.1. Очное обслуживание клиентов Общества осуществляется в офисах обслуживания клиентов Филиала.
- 5.3.2. Очное обслуживание клиентов производится в часы работы структурных подразделений Общества (Филиала) (Приложение № 1 к Стандарту).
- 5.3.3. Внесение платежей гражданами за потребленную электрическую энергию осуществляется при очном обслуживании в офисах обслуживания клиентов Общества (Филиала) или через платежных агентов.
- 5.3.4. Очное обслуживание осуществляется руководителями и специалистами служб, отделов, управлений и участков Филиала (Приложение № 1 к Стандарту).
- 5.3.5. Количество и места расположения территориальных управлений (участков) Филиала Общества определяются исходя из принципа доступности очного обслуживания.
- 5.3.6. При определении плотности размещения обособленных подразделений Обществом учитываются требования законодательства субъекта Российской Федерации, применяющиеся для установления границ муниципальных образований и их административных центров. Месторасположение обособленных подразделений (управлений, участков) определены исходя из пешеходной и транспортной доступности до них и обратно в течение рабочего дня для всех клиентов, проживающих в границах зоны обслуживания данных подразделений.

5.4. Требования к помещениям для приема клиентов

- 5.4.1. Обслуживание клиентов организуется в помещениях, находящихся в максимально доступном для большинства населения месте.
- 5.4.2. Помещение для обслуживания клиентов обеспечивает беспрепятственный доступ посетителей. Количество и потребность в офисах обслуживания клиентов определяется исходя из критерия численности населения зоны деятельности Общества в качестве гарантирующего поставщика.
- 5.4.3. Помещения офисов обслуживания клиентов оборудованы системами кондиционирования и напольными кулерами.
- 5.4.4. Требования к оформлению офисов обслуживания клиентов Общества сформулированы в **Инструкции оформления офисов обслуживания клиентов ОАО «ЭК «Восток»** – Приложение № 3 к настоящему Стандарту.
- 5.4.5. В целях безопасности сотрудников и клиентов помещение оборудуется:
 - охранно-пожарной сигнализацией и средствами пожаротушения;

- системой оповещения о возникновении чрезвычайной ситуации, тревожной кнопкой;
 - вход и выход (включая аварийный) из помещения оборудуются соответствующими указателями с автономными источниками бесперебойного питания.
- 5.4.6. Информационные указатели, оформленные в едином корпоративном стиле, размещаются:
- по пути следования абонентов до офиса обслуживания;
 - у центрального входа в помещение:
 - вывеска с названием Общества и указанием наименования офиса обслуживания клиентов, оформленная в едином корпоративном стиле;
 - табличка с информацией о режиме работы и контактные телефоны.
 - у входа в каждое из внутренних помещений – наддверная табличка с названием отдела или службы;
 - офис обслуживания клиентов должен быть оборудован информационным стендом, разъясняющим порядок приема населения, книгой отзывов и предложений.
- 5.4.7. Все помещения должны удовлетворять требованиям санитарной гигиены, постоянно поддерживаться в хорошем состоянии (ремонт, оформление), приветствуется размещение безопасных декоративных растений.
- 5.4.8. Ответственность за чистоту и порядок в офисном помещении несет непосредственный руководитель подразделения, работающего в данном помещении.

5.5. Требования к персоналу, осуществляющему прием граждан

5.5.1. Требования к содержанию рабочего места

- 5.5.1.1. Каждый сотрудник поддерживает чистоту и порядок на своем рабочем месте и следит за порядком в помещении офиса.
- 5.5.1.2. На рабочем месте запрещен приём пищи. Исключение составляет вода.
- 5.5.1.3. Недопустимо держать на рабочем месте:
- рекламную продукцию фирм-конкурентов;
 - художественную литературу, журналы, газеты, не имеющие прямого отношения к служебной деятельности;
 - одежду, посуду, косметику.
- 5.5.1.4. На рабочем столе сотрудника должна располагаться табличка с указанием должности, фамилии, имени и отчества лица, ведущего приём клиентов.

5.5.1.5. Необходимо наличие визитных карточек у начальников отделов, заместителей начальников отделов и сотрудников, ведущих прием клиентов.

5.5.2. Требования к внешнему виду

5.5.2.1. Общие требования к внешнему виду сотрудников закреплены *Кодексом деловой этики ОАО «ЭК «Восток»* – Приложение № 4 к настоящему Стандарту.

5.5.3. Требования по общению с клиентами

5.5.3.1. Общие требования по общению сотрудников с клиентами (потребителями) закреплены *Кодексом деловой этики ОАО «ЭК «Восток»* – Приложение № 4 к настоящему Стандарту.

6. Требования к процессам обслуживания при взаимодействии с клиентами

6.1. Общие принципы организации бизнес-процессов

6.1.1. Каждый сотрудник Общества (Филиала) в своей деятельности должен руководствоваться знанием того, что главная ценность Общества – клиент.

6.1.2. Уважая наших клиентов и воздавая должное их заслугам, мы отдаем себе отчет, что к каждому нужен индивидуальный подход.

6.1.3. Общество заинтересовано в установлении длительных партнерских взаимоотношений с клиентами. Привлечение новых клиентов должно исходить из принципа – «клиент выбирает компанию».

6.1.4. Проявление внимания к индивидуальности каждого клиента – основа коммерческой политики Общества.

6.1.5. При возникновении конфликтной ситуации мы внимательно относимся к интересам клиента и, по возможности, их учитываем.

6.1.6. Сотрудники Общества (Филиала) относятся к информации, полученной от клиента, как к коммерческой тайне.

6.2. Основные критерии и параметры взаимодействия с клиентами

6.2.1. Эффективный процесс взаимодействия с клиентами (потребителями) характеризуется следующими параметрами:

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

- индивидуальный подход к клиентам (потребителям), в том числе к инвалидам, ветеранам и социально уязвимым категориям населения;
- минимизация времени клиента, затраченного на получение услуги, в том числе посредством минимизации очных контактов клиентов и Общества;
- оперативность реагирования на жалобы и устранения выявленных недостатков в работе с клиентами;
- полнота, актуальность и достоверность информации; многоканальность предоставления информации.

6.2.2. Ключевыми критериями оценки качества взаимодействия с клиентами при оказании услуг энергоснабжения являются:

- Обеспечение качества клиентского обслуживания (раздел 6.3. Стандарта).

6.3. Обеспечение качества клиентского обслуживания

6.3.1. Клиентское обслуживание включает в себя:

- заключение и исполнение договора энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности));
- прием показаний приборов учета электрической энергии;
- начисление платы и сбор денежных средств с клиентов за отпущенную электроэнергию;
- организация приёма всех обращений клиентов (потребителей) в адрес Общества (Филиала);
- информирование клиентов по вопросам, связанным с процессом электроснабжения в соответствии с требованиями действующего законодательства.

6.3.2. С целью информирования клиентов, в т.ч. потребителей-граждан, по вопросам, связанным с процессом электроснабжения Общество размещает в офисах обслуживания клиентов или на официальном сайте Общества и/или Филиала следующую информацию:

- Перечень документов, необходимых для заключения договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)) в письменной форме и порядке его заключения;
- Основные условия договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности));
- Формы договоров энергоснабжения для различных категорий клиентов;
- Действующий Стандарт качества обслуживания потребителей (покупателей) электрической энергии и изменения к нему;
- Порядок и условия внесения платежей за электроэнергию;

- Порядок и условия приёма показаний приборов учёта и последствия вывода из строя приборов учёта, либо при их отсутствии;
- Возможные последствия в виде полного или частичного ограничения режима потребления электрической энергии;
- Действующие цены (тарифы) на электрическую энергию;
- Адреса и телефоны офисов обслуживания клиентов;
- Пункты приёма платежей, включая график обслуживания потребителей в офисах обслуживания клиентов Общества;
- Порядок передачи обращений, претензий и жалоб на деятельность Общества;
- Часто задаваемые вопросы, возникающие у клиентов в ходе энергоснабжения и ответы на них;
- Сведения, необходимые для коммунальных потребителей, в том числе о размере тарифов на электроэнергию и реквизиты нормативных правовых актов, которыми они установлены; о правах потребителей в рамках с Федерального закона «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»; о порядке и форме оплаты коммунальных услуг; о Правилах предоставления коммунальных услуг и т.д.

6.3.3. Показания приборов учета электроэнергии принимаются от клиентов через очный, заочный и интерактивный каналы (посредством телефона, через сайт, через SMS-сервис, при личном посещении офисов по обслуживанию клиентов).

6.3.4. Потребителю-гражданину предоставляется возможность внесения платы по договору электроснабжения различными способами как через пункты приёма платежей сторонних организаций, указанные на сайте Общества (Филиала), так и напрямую через платежные терминалы, расположенные в офисах Филиала Общества и с использованием пластиковых карт, без оплаты комиссии.

7. Очное обслуживание

7.1. Организация приема клиентов

7.1.1. Прием клиентов организуется в управлениях (участках) Филиала Общества (Приложение № 1 к Стандарту).

7.2. Типовой алгоритм обслуживания клиента

7.2.1. Клиент может самостоятельно знакомиться с информацией, размещаемой на информационных стендах, разъясняющими порядок приема, типовые вопросы и функции сотрудников.

7.2.2. Специалисты направлений (отделов, служб, секторов) выполняют функции по реализации потребностей клиента в рамках своих должностных обязанностей.

- 7.2.3. В соответствии с пожеланиями информация может быть представлена клиенту в устном или письменном виде, посредством телефонной связи, факсимильной связи, электронной почты или любым иным способом доступным для клиента.
- 7.2.4. Среднее время обслуживания клиента составляет 5-20 мин.

7.3. Принципы урегулирования конфликтов

- 7.3.1. Недопущение возникновения конфликта является важным условием для обеспечения защиты интересов потребителей-граждан.
- 7.3.2. Во избежание конфликтных ситуаций сотрудники Общества (Филиала) обязаны:
- стремиться действовать в интересах потребителя-гражданина, уметь распознать и избегать ситуаций, когда может возникнуть конфликт;
 - не допускать возникновения ситуации, при которой в конфликте начинают участвовать другие потребители;
 - соблюдать принцип конфиденциальности.
- 7.3.3. В случае возникновения обстоятельств, которые, по мнению сотрудника, могут привести к конфликту, он обязан срочно поставить в известность об этом своего непосредственного руководителя, который должен принять меры к урегулированию возникшей ситуации.
- 7.3.4. При разрешении конфликтных ситуаций с потребителями-гражданами действия сотрудников Общества (Филиала), включая принимаемые ими решения, не должны преследовать личный интерес.
- 7.3.5. Сотрудники должны проявлять терпимость к фактам некорректного с ними обращения граждан, стремясь обеспечить потребителей-граждан наилучшим сервисом, так как предупредительное отношение к потребителям, создание наиболее благоприятных условий для них является залогом длительных партнерских отношений.

8. Заочное обслуживание

8.1. Организация заочного обслуживания

- 8.1.1. Специалисты Общества (Филиала), обеспечивающие заочное обслуживание потребителей, используют единые информационные базы данных, посредством которых синхронизируется их деятельность и не допускаются повторные запросы информации от потребителя.
- 8.1.2. Заочное обслуживание осуществляется по трем каналам связи:
- телефон (офис обслуживания клиентов (управление, участок));
 - информационная горячая линия, интернет - канал;
 - почта (почтовая переписка).

8.2. Порядок заочного обслуживания клиентов посредством телефонной связи (Контакт-центр)

8.2.1. Клиент может воспользоваться следующими видами телефонной связи:

- прямой телефонный контакт;
- горячая линия.

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

- на информационных стендах, размещенных в центрах обслуживания клиентов Общества;
- на сайте Общества (Филиала).

8.2.3. По телефонам для прямого телефонного контакта клиент должен в момент разговора получить ответ на свой вопрос. В случае если специалист, ответивший на телефонный звонок клиента, не может дать полный ответ в момент разговора или подготовка информации для клиента требует некоторого времени (более 2 минут), клиенту сообщается об этом, указывается дата и время, когда можно перезвонить для получения точной и полной информации (возможен вариант, когда по согласованию с клиентом перезванивает сотрудник Общества (Филиала)).

8.2.4. Телефоны для прямого телефонного контакта доступны для звонков потребителей в часы работы соответствующего подразделения Общества (Филиала).

8.2.5. В случае обращения гражданина по телефону для прямого телефонного контакта за получением информации о состоянии расчетов клиент обязан представиться, назвать номер лицевого счета и/или адрес. В случае если гражданин отказывается выполнить вышеуказанные требования, специалист Общества (Филиала) имеет право отказать клиенту в предоставлении запрашиваемой информации.

8.2.6. В случае если обращение клиента содержит нецензурную брань, оскорбления или угрозы в адрес специалиста Общества (Филиала), специалист Общества (Филиала) имеет право прекратить телефонный контакт, прервав разговор.

8.2.7. Общие требования к персоналу во время общения по телефону:

- впечатление об Обществе складывается у потребителя по первому телефонному разговору, поэтому каждый сотрудник обязан уметь грамотно общаться по телефону;
- недопустимо игнорирование телефонных звонков: не позднее, чем после третьего сигнала звонка должен следовать ответ;
- отвечая на телефонный звонок, необходимо вежливо поздороваться, произнести название нашей компании (наименование Филиала или Общества) и свое имя;
- телефонные переговоры должны вестись громким четким голосом, речь должна быть внятной, доброжелательной;

- сотрудник, обслуживающий клиента по телефону, обязан дать консультацию по интересующему клиента вопросу, а в случае, если сотруднику для этого требуется уточнение информации, он должен взять контактный телефон и перезвонить клиенту после выяснения всех обстоятельств.
 - в случае, когда сотрудник, у которого звонит телефон, обслуживает присутствующего клиента, на телефонный звонок должен ответить кто-то из коллег: телефонный звонок не должен быть оставлен без внимания.
- 8.2.8. Заочное обслуживание по телефону включает в себя регистрацию и обработку телефонного вызова оператором, который использует установленный перечень вопросов для самостоятельного ответа и типовые ответы. Перечень вопросов, на которые оператор отвечает самостоятельно или осуществляет соединение со специалистом Общества (Филиала), определяется соответствующим регламентирующим документом. В случае поступления сложного запроса оператор связывается со специалистом Общества (Филиала), уточняет у него информацию и предоставляет ее потребителю либо связывает потребителя с компетентным специалистом Общества (Филиала).
- 8.2.9. При необходимости потребителю предоставляется возможность предварительной записи на прием в центр очного обслуживания.
- 8.2.10. Параметры деятельности Контакт-центра:
- осуществление приема вызовов в рабочее время, а в остальное время – посредством автоинформатора;
 - наличие номера телефона горячей линии единого на всей территории присутствия Общества;
 - предупреждение потребителя об осуществлении записи в начале телефонного разговора.
- 8.2.11. Предельное (максимальное) время взаимодействия при телефонном контакте составляет:

Таблица 6

Предельное (максимальное) время обслуживания клиента в Контакт-центре Общества

№	Критерий	Рекомендуемый показатель
1	Обслуживание оператором – время ожидания ответа	40 с
2	Обслуживание оператором – запрос и поиск информации о клиенте	45 с
3	Обслуживание оператором – предоставление информации по запросу	5 мин.
4	Обслуживание оператором – постобработка сообщения	5 мин.

5	Обслуживание специалистом – соединение со специалистом	40 с
6	Обслуживание специалистом – предоставление информации специалистом	5 мин.

8.3. Горячая линия

- 8.3.1. Номер телефона горячей линии (многоканальный) Общества единый на территории присутствия Общества в границах субъекта РФ (Приложение № 1 к Стандарту).
- 8.3.2. Звонок бесплатен для абонента, за исключением случаев, когда абонент находится за пределами субъекта РФ Общества в качестве гарантирующего поставщика.
- 8.3.3. При осуществлении записи потребитель предупреждается в начале телефонного разговора.

8.4. Использование автоответчика

- 8.4.1. При звонке на номер телефона горячей линии есть возможность воспользоваться услугами автоответчика в тот момент, когда оператор не доступен, или линия занята.
- 8.4.2. В случае обращения клиента по телефону с автоответчиком клиент обязан представиться, назвать номер лицевого счета или адрес и телефон или адрес для предоставления ответа.

8.5. Порядок заочного обслуживания клиентов посредством почтовой переписки

- 8.5.1. Почтовая переписка используется для направления документации, связанной с обслуживанием, а также в случаях, когда клиент направляет обращение по почте.
- 8.5.2. Любое письменное обращение в Общество (Филиал) поступающее по почте и полученное от потребителя регистрируется.
- 8.5.3. После регистрации, обращение, полученное офисом обслуживания клиентов, направляется руководителю Общества (Филиала, Управления), который отписывает его для рассмотрения в соответствующее структурное подразделение Общества (Филиала, Управления). В структурном подразделении назначается ответственный исполнитель за подготовку ответа на каждое конкретное обращение.
- 8.5.4. Письменное обращение клиента должно рассмотрено специалистами Общества (Филиала) в течение 30 календарных дней (в случае если иной срок не предусмотрен законодательством). Операторы и (или) специалисты Общества (Филиала) проверяют полноту предоставленных сведений, если

данных недостаточно, связываются с клиентом по одному из указанных каналов в целях уточнения информации и согласования времени принятия дальнейших мер по обращению.

- 8.5.5. Ответ на письменное обращение клиента должен быть подготовлен в печатном виде на фирменном бланке Общества (Филиала) и содержать конкретную информацию о сути вопроса, заданного клиентом, контактные данные исполнителя (ФИО, телефон, адрес электронной почты), и подписан уполномоченным на то должностным лицом.
- 8.5.6. Действия по письменному обращению клиента не производятся в случаях:
- если письменное обращение содержит нецензурные, либо оскорбительные выражения, угрозы жизни, здоровью и имуществу сотрудника Общества (Филиала), а также членов его семьи;
 - если текст письменного обращения не поддается прочтению.
- 8.5.7. В случае если текст письменного обращения не поддается прочтению, клиент информируется об этом.
- 8.5.8. В случае 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, клиент информируется о предоставленном ранее ответе.
- 8.5.9. Клиент информируется о невозможности предоставления письменного ответа, в случае если ответ по существу поставленного в обращении вопроса не может быть дан без разглашения сведений, составляющих конфиденциальную информацию.
- 8.5.10. Письменное обращение клиента не рассматривается и ответ на обращение не дается, если в письменном обращении не указаны контактные данные гражданина.
- 8.5.11. Запросы, направляемые клиентам Общества, оформляются на фирменном бланке Общества (Филиала) с обязательным заполнением реквизита «отметка об исполнителе», который состоит из инициалов (возможна их расшифровка), фамилии и номера телефона исполнителя письма, а также, при необходимости ответа по электронной почте – адреса электронной почты. Данный реквизит – контактная информация с целью решения вопроса, изложенного в письме.

Таблица 6

Предельное (максимальное) время обслуживания клиента с использованием почтовой переписки

№	Критерий	Рекомендуемый показатель
1	Регистрация, классификация обращений и передача обращения специалисту	Не более одного дня
2	Рассмотрение обращения и оформление ответа	Не более 30

3	Продление рассмотрения обращения	календарных дней ¹ Не более 30 календарных дней
---	----------------------------------	--

9. Интерактивное обслуживание

9.1. Организация инфраструктуры интерактивного обслуживания

9.1.1. Интерактивное обслуживание организуется на Веб-сайте Филиала Общества (Приложение № 2 к Стандарту).

9.2. Система автоинформирования

9.2.1. Система автоинформирования предназначена для предоставления информации клиенту без предварительного запроса и используется для доведения до потребителей следующей адресной информации:

- при уведомлении о неуплате за предоставленные услуги с адресным сообщением суммы долга;
- при предупреждении о приостановлении услуги за неуплату (адресное сообщение) и т.д.

Перечень информации для автоинформирования и список клиентов для информирования формируется специалистами Общества (Филиала) и утверждается руководящим работником Общества (Филиала).

9.2.2. Предусмотрено три типа автоматического информирования: телефонное, E-mail и SMS-сообщения.

Выбор типа информирования зависит от информации, предоставленной в Общество (Филиал) потребителем. Перечень информации для автоинформирования и список потребителей для информирования составляются специалистами Общества (Филиала) и утверждаются руководящим должностным лицом Общества (Филиала).

9.2.3. Требование к системам автоинформирования:

- возможность хранения результатов оповещения;
- возможность хранения сценариев оповещения;
- возможность хранения списков оповещения;
- отчет по оповещению;
- мониторинг процесса оповещения в режиме реального времени;
- назначение задания на оповещение с указанием времени начала и окончания;

¹ Если иной срок прямо не предусмотрен действующим законодательством.

- переключение на оператора (только для телефонного автоинформирования).
- 9.2.4. Система **телефонного автоинформирования** позволяет проигрывать звуковые файлы, а также воспроизводить числовую информацию, например: о стоимости услуг, времени, дате, телефонных номерах и т.д.
- 9.2.5. **E-mail-автоинформирование** проводится среди потребителей, заключивших с организацией договор на предоставление услуг, по адресам электронной почты, добровольно предоставленным потребителями.
- 9.2.6. **SMS-автоинформирование** проводится среди потребителей, заключивших с Обществом договор на предоставление услуг, по номерам мобильных телефонов, добровольно предоставленным потребителями.

9.3. Требования к организации системы интерактивного обслуживания

- 9.3.1. При организации системы интерактивного обслуживания учитываются следующие требования:

Таблица 7

Требования к системе интерактивного обслуживания

№	Критерий	Требования
Интернет-приемная		
7.1	Уровни вложения	не более 4-х
7.2	Автоматическая обработка, регистрация и уведомление клиента о регистрации обращения (Mail-робот)	не более 1 мин
7.3	Обновление информации в случае изменения	не более 1 дня
7.4	Рассмотрение обращения и оформление ответа	не более 30 дней
Автоинформирование по телефону		
7.5	Продолжительность информирования	1 мин.
7.6	Промежуток между «положительным» звонком и последующим	7 дней.
7.7	Промежуток между «отрицательным» звонком	1 час. 30 мин.
Автоинформирование по E-mail		
7.8	Периодичность рассылки до «положительного» результата	7 дней.
Автоинформирование по SMS		
7.9	Длина сообщения	160 символов.

7.10	Периодичность рассылки до «положительного» результата	1 день.
------	---	---------

9.4. Интерактивное обслуживание жалоб и претензий

- 9.4.1. Для подачи жалобы или претензии клиенту необходимо заполнить автоматизированную форму на сайте Общества (Филиала).
- 9.4.2. Специалист Общества (Филиала) проверяет полноту предоставленных по жалобе сведений, если имеются недостающие данные, связывается с клиентом по одному из указанных источников с целью уточнения информации.
- 9.4.3. Если данные клиента предоставлены верно, жалобы пересылаются для рассмотрения специалисту Общества (Филиала) по направлению.
- 9.4.4. Письменный ответ направляется клиенту способом, указанным при заполнении автоматизированной формы. Специалист Общества (Филиала) проводит мониторинг действий, предпринятых Обществом (Филиалом) по жалобе.

10. Организация обратной связи с клиентами

- 10.1. Организация обратной связи включает в себя предоставление клиентам информации об имеющихся каналах связи, позволяющих обеспечить направление запросов, предложений, отзывов о деятельности, замечаний и претензий.
- 10.2. При взаимодействии с клиентами сотрудники обязаны руководствоваться действующим законодательством, а также действующими в Обществе (Филиале) внутренними локальными документами.
- 10.3. По отношению клиента и Общества обратная связь подразделяется на:
 - активную (выражается в самостоятельном проявлении инициативы клиентом в предоставлении своего мнения о качестве обслуживания, соблюдении процесса обслуживания в Обществе);
 - пассивную (Общество обращается к гражданину для выяснения степени удовлетворенности обслуживанием).
- 10.4. По способу выражения обратная связь подразделяется на:
 - благодарности;
 - жалобы;
 - предложения;
 - отзывы о деятельности.
- 10.5. Обратная связь осуществляется по следующим каналам связи:
 - устные и письменные обращения клиентов;
 - телефонные обращения, в том числе обращения, направленные факсимильной связью;
 - интернет-приемная;

- электронная почта.
- 10.6. Специалисты Общества (Филиала) систематизируют и анализируют все направленные клиентами жалобы, предложения и отзывы.
- 10.7. По выбору клиента ответ на его жалобу, предложение, обращение направляется посредством любого указанного клиентом канала связи (почта, телефон и т.д.).

11. Информационное обеспечение клиентов

11.1. Информационное взаимодействие с клиентами имеет следующие формы:

- массовое информационное взаимодействие;
- индивидуальное информационное взаимодействие по запросу;
- предоставление информации по инициативе Общества.

11.2. Массовое информационное взаимодействие заключается в размещении публикаций в СМИ о деятельности Общества, информировании клиентов по вопросам, связанным с процессом электроснабжения Общества путём размещения информации в центрах очного обслуживания или на официальном сайте Общества (Филиала), а также размещение информации о проведении разнообразных PR-кампаний, направленных на информирование широкой общественности (настоящие и потенциальные клиенты, партнеры и сотрудники) о деятельности Общества, возможных каналах связи и т.д.

Базовый инструмент массового информационного взаимодействия с аудиторией – СМИ и сайт Общества и/или Филиала.

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

Консультации предоставляются по следующим вопросам:

- сроки выполнения действий, входящих в компетенцию Общества;
- перечень документов, необходимых для выполнения действий входящих в компетенцию Общество;
- стоимость единицы электрической энергии (цена);
- комплектность (достаточность) представленных документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию Общество;
- источник получения документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию Общество (орган, организация и их местонахождение);
- время приема и выдачи документов;
- порядок обжалования действий (бездействия) и решений, осуществляемых и принимаемых в ходе исполнения функции Общества.

- 11.4. Предоставление клиенту информации по инициативе Общества (Филиала), также как и консультации по запросу, осуществляется через очные, заочные и интерактивные каналы информационного взаимодействия.
- 11.5. Очные консультации предоставляются клиентам в офисах обслуживания клиентов Общества (Филиала). Консультантами являются сотрудники офисов обслуживания клиентов. Руководители отделов предоставляют общие консультации, не требующие специализированных знаний, оператор по работе с клиентами должен предоставить клиенту (потребителю) более подробную консультацию.
- 11.6. Заочные консультации предоставляются клиентам по телефону и по почте.
- 11.7. Заочные консультации предоставляются клиенту по типовым вопросам и ситуациям, описанным в информационной базе Общества (Филиала). Интерактивные консультации предоставляются клиенту, отправившему в Общество (Филиал) через Интернет-портал e-mail-запрос.
- На вопросы клиента отвечает специалист, ответственный за Интернет-приемную.
- Для предоставления ответов специалист использует информационную базу и консультации со специалистами Филиала Общества, отвечающими за сферу запроса клиента. При необходимости запрос направляется специалисту соответствующего структурного подразделения для подготовки ответа.
- 11.8. По инициативе Общества (Филиала) клиентам предоставляется два типа информации:
- справочная информация;
 - напоминания/сообщения.
- 11.9. К справочной информации относятся:
- извлечения из законодательных и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы, регулирующие деятельность Общества;
 - настоящий Стандарт;
 - перечни документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию сотрудников Общества (Филиала);
 - образцы оформления документов и требования к ним;
 - месторасположение, график (режим) работы, номера телефонов, адреса Интернет-сайтов и электронной почты органов, в которых потребителям представляются документы, необходимые для выполнения действий входящих в компетенцию Общества;
 - схема размещения специалистов и режим приема ими граждан;
 - порядок получения консультаций;
 - порядок обжалования решений, действий или бездействия сотрудников, исполняющих действия, входящие в компетенцию Общества.
- 11.10. К напоминаниям/сообщениям относится информирование:
- о наличии задолженности;

- о вводе ограничений энергопотребления;
- о внесении изменений в условия договоров по инициативе Общества;
- о приближении срока оплаты за предоставленные услуги;
- об изменении тарифов или правил предоставления услуг.

11.11. Очное информирование включает информационные стенды, расположенные в офисах обслуживания клиентов, буклеты и брошюры, распространяемые там же. На официальном сайте Общества (Филиала) содержится информация о стоимости услуг, порядке формирования и размере тарифов на оплату электроэнергии, при необходимости, о порядке ценообразования на розничном рынке электроэнергии.

На информационных стендах и в распространяемых в помещениях офисов обслуживания клиентов, брошюрах и буклетах клиенты (потребители), на официальном сайте могут ознакомиться со справочной информацией о деятельности Общества. Перечень информации для потребителей составляется специалистами Общества (Филиала) и утверждается руководящим должностным лицом Общества (Филиала).

11.12. В качестве напоминаний применяется адресное распространение информационных листовок с указанием ФИО клиента и суммой задолженности за предоставленные услуги.

Используется три типа индивидуального информирования: телефонное, e-mail и по почте. Выбор типа информирования зависит от информации, предоставленной в Общество (Филиал) клиентом (потребителем).

11.13. Для предоставления ответа используется указанный потребителем канал связи, не более 30 дней с момента регистрации обращения потребителя.

12. Порядок рассмотрения претензий потребителей

12.1. В целях повышения степени лояльности и удовлетворенности потребителей, а также для повышения качества обслуживания потребителей Общество (Филиал) планирует и проектирует эффективный и результативный процесс работы с претензиями.

12.2. В Общества (Филиале) осуществляется регистрация претензий и ответов на них, порядок пользования такими записями и управления ими с соблюдением защиты любой персональной информации о подателях претензий.

12.3. Рассмотрение претензий, жалоб, заявлений потребителей в порядке, указанном в настоящем разделе Стандарта осуществляется применительно к следующим документам:

- Документ, подписанный потребителем, озаглавленный «Жалоба», «Претензия», «Заявление», при наличии в указанных документах отрицательной информации о действиях / бездействии сотрудников Общества (Филиала).

12.4. Запись, сделанная при первичном приеме претензии, содержит указания на меры, принятия которых требует потребитель, а также любую другую

информацию, необходимую для эффективного рассмотрения претензии, включая следующее:

- описание претензии и соответствующие вспомогательные данные;
- меры, принятия которых требует потребитель;
- дату подготовки ответа;
- незамедлительно принятые меры.

О получении каждой претензии немедленно сообщается ее подателю (по почте, по телефону, по электронной почте).

12.5. После регистрации претензии определяется правильность ее оформления, достаточность и обоснованность содержащейся в ней информации, а также важность, сложность и необходимость осуществления немедленных действий.

К рассмотрению принимаются претензии, представленные в письменной форме и содержащие:

- наименование услуги;
- основания для претензии;
- необходимые доказательные документы;
- номер договора, дату его заключения.

Потребитель, представившей претензию, не содержащую указанных атрибутов, информируется об этом с целью получить всю необходимую и достаточную информацию для объективного рассмотрения претензии.

12.6. Претензия прослеживается, начиная с ее приема до достижения удовлетворенности подателя претензии или до принятия заключительного решения. Текущий статус претензии сообщается ее подателю по его запросу.

12.7. В случае недостаточности или отсутствия доказательств, позволяющих прийти к выводу о наличии либо отсутствии признаков нарушения требований, Общество (Филиал) вправе для сбора и анализа дополнительных доказательств продлить срок рассмотрения претензии. О продлении срока рассмотрения претензии Общество (Филиал) в письменной форме уведомляет подателя претензии.

12.8. Если претензия признана необоснованной, то подателю претензии направляется письменный ответ, содержащий отказ с аргументированным заключением.

12.9. В случае признания претензии обоснованной подателю направляется письменный ответ с предложениями по урегулированию. Если податель претензии отклоняет предлагаемое решение или действие, претензия остается открытой. Об этом делаются соответствующие записи, а податель претензии информируется о том, куда он еще может обратиться внутри и вне организации.

12.10. Обобщенная информация обо всех поступивших претензиях, их причинах, предпринятых действиях подготавливается в виде отчета для проведения анализа со стороны руководства организации и используется при мониторинге удовлетворенности потребителей.

12.11. Общество (Филиал) проводит постоянный мониторинг процесса работы с претензиями по следующим показателям:

- соблюдение сроков рассмотрения и урегулирования претензии;
- объективность рассмотрения претензии;
- адекватность осуществления корректирующих и предупреждающих действий при возникновении претензии.

12.12. Общество (Филиал) принимает следующие меры для исключения причин существующих и потенциальных проблем, приводящих к претензиям, с целью предотвратить их повторное возникновение:

- исследует, выявляет и применяет наилучший опыт в области работы с претензиями;
- распространяет подход, фокусируемый на потребителя, внутри организации;
- поощряет применение инноваций в процессе работы с претензиями;
- поощряет образцовую работу с претензиями потребителей.

13. Критерии качества обслуживания и контроль и мониторинг качества обслуживания клиентов

13.1. Контроль за своевременным рассмотрением обращений клиентов, за сохранность данных обращений несет каждый специалист в рамках своей компетенции.

Контроль за внешним видом персонала и состоянием рабочих мест возлагается на непосредственного руководителя.

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

13.2.1. Качественное обслуживание и оперативное рассмотрение обращений характеризуется индикатором **«Доступность офисов обслуживания клиентов»**.

13.2.2. Полнота, актуальность и доступность информации об объеме, порядке предоставления и стоимости услуг характеризуются индикатором **«Информативность»**.

13.2.3. Исполнение в установленный срок всех процедур, предусмотренных Стандартом, в том числе по рассмотрению обращений и жалоб клиентов характеризуется индикатором **«Исполнительность»**.

13.2.4. 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, характеризуются индикатором **«Результативность обратной связи»**.

13.3. Критерии качества обслуживания клиентов могут носить как объективный, так и субъективный характер.

Методом оценки объективных критериев является однозначное соответствие или несоответствие проверяемого объекта данному критерию.

Методом оценки субъективных критериев является обработка статистической информации по отзывам клиентов.

- 13.4. Общество несет ответственность за соблюдение вышеуказанных критериев своими подрядчиками, если таковые привлекаются к обслуживанию клиентов (потребителей).
- 13.5. Подтверждение соответствия требованиям Стандарта осуществляется проведением внутреннего аудита (силами собственного персонала) или внешних консультантов – мониторинга удовлетворенности потребителей. Мониторинг удовлетворенности потребителей проводят в целях определения областей улучшения деятельности, разработки и осуществления мер по наиболее полному удовлетворению требований и ожиданий потребителей. Мониторинг проводят на основе анализа полученной информации о качестве обслуживания и деятельности организации в целом.
- 13.6. Объектом мониторинга является удовлетворенность потребителей следующими сторонами деятельности Общества:
- качество обслуживания совершенствование управления взаимоотношения с клиентами;
 - информирование об услугах;
 - прохождение запросов, договора или заказа, включая изменения к ним;
 - обратная связь с потребителями, включая претензии;
 - повышение конкурентоспособности Общества на рынке;
 - репутация Общества.
- 13.7. Порядок подтверждения соответствия устанавливается отдельным организационно - распорядительным документом. Результаты аудитов документируются и служат для определения необходимости корректирующих и предупреждающих действий, планирования и внедрения мер для улучшения системы обслуживания клиентов.
- 13.8. Информацию для осуществления мониторинга удовлетворенности потребителей в зависимости от источников подразделяют на внешнюю и внутреннюю.
- 13.9. Показатели, используемые для мониторинга удовлетворенности потребителей на основе внутренней маркетинговой информации, подлежат анализу и, при необходимости, актуализации и утверждению. Внутренняя маркетинговая информация формируется в результате договорной и всей производственно-хозяйственной деятельности Общества. В частности учитываются такие показатели, как рост числа потребителей, продолжительность взаимодействия с ними, число пролонгированных и расторгнутых договоров, число претензий, полученных от контрагентов при реализации договоров.
- 13.10. Для мониторинга удовлетворенности потребителей на основе внешней маркетинговой информации Общество (Филиал) использует следующие методы:

- проведение опросов: анкетирование и интервьюирование;
 - анализ претензий и обращений;
 - анализ внутренних показателей работы организации (например, число и продолжительность перерывов в подаче электрической энергии);
 - процедура «Тайный клиент» ежегодно.
- 13.11. Анкеты для изучения удовлетворенности потребителей разрабатываются специалистами Общества (Филиала) на основе предварительно составленных вопросников с учетом потребности в исследовании конкретных показателей.
- Результаты интервью фиксируются в письменном виде, анализируются и представляются для обобщения.
- 13.12. Проводятся постоянные контрольные звонки для оценки качества общения с потребителями.
- 13.13. Оценка удовлетворенности потребителей также проводится на основе:
- сравнения показателей с аналогичными показателями других организаций;
 - сравнения показателей по различным видам услуг, процессам, сегментам рынка;
 - определения тенденций в динамике показателей.
- 13.14. Мониторинг удовлетворенности потребителей на основе данных, полученных в ходе проведения опросов, фокус-групп и др., систематически контролируется и анализируется.
- 13.15. Накапливаемая информация об удовлетворенности потребителей систематизируется по следующим направлениям:
- определенным временным периодам (полугодие, год);
 - объектам мониторинга удовлетворенности потребителей;
 - группам потребителей и отдельным потребителям.
- 13.16. Результаты мониторинга рассматривают при проведении анализа со стороны руководства организации не реже одного раза в год для определения необходимых корректирующих и предупреждающих действий.
- Отчеты по итогам изучения степени удовлетворенности клиентов доводятся до сведения руководства Общества и других заинтересованных сторон путем размещения:
- на сайте Общества (Филиала);
 - на информационных стендах в офисах обслуживания клиентов;
 - в периодической печати.

Приложение 1.1. Система организации очного обслуживания клиентов (потребителей) ОАО «ЭК «Восток»

1. Организация работы управлений (участков) Филиала Общества в разрезе географии деятельности.

1.1. Офисы очного обслуживания юридических лиц:

1.1.1. ТЮМЕНСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Адрес	Телефон	График работы
г. Тюмень, ул. Северная, 32а	(3452) 38-65-11, 38-66-30	понедельник – пятница с 8.00 до 17.00, выходной: суббота, воскресенье
с. Исетское, ул. Мира, д. 35	(34537) 2-18-53, 2-32-54	понедельник – пятница с 8.00 до 17.00, обед с 12.30 до 13.00, выходной: суббота, воскресенье
с. Нижняя Тавда, ул. Сакко, д. 24	(34533) 2-31-98, 2-42-36	понедельник – пятница с 8.00 до 17.00, обед с 12.30 до 13.00, выходной: суббота, воскресенье
с. Ярково, ул. Энергетиков, д. 6	(34531) 2-61-44, 2-55-19	понедельник – пятница с 8.00 до 17.00, обед с 12.30 до 13.00, выходной: суббота, воскресенье

1.1.2. ТОБОЛЬСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Адрес	Телефон	График работы
г. Тобольск, ул. Строителей, 7	(3456) 29-41-10, 29-41-60	Понедельник-пятница: с 8.00 по 17.00, обед с 12.00 до 13.00; выходной: суббота, воскресенье
п. Уват, ул. Дзержинского, 15	(34561) 2-13-30	понедельник – пятница: с 8.00 до 16.00, обед с 12.00 до 13.00, выходной суббота, воскресенье
п. Туртас, ул. Ленина, 25	(34561) 2-53-64	
с. Вагай, ул. Ленина, 16а	(34539) 2-24-04	
п. Байкалово, ул. Рабочая, 2а	(34563) 3-54-41	

1.1.3. ЮЖНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Адрес	Телефон	График работы
г. Ялуторовск, ул. Менделеева, 1	(34535) 3-58-73, 3-58-77	понедельник – пятница: с 8.00 до 17.00, обед с 12.00 до 13.00, выходной суббота, воскресенье
г. Заводоуковск, ул. Глазуновская, 10	(34542) 2-17-02, 6-17-99	
с. Омутинское, ул. Новая, 7	(34544) 3-34-91	
с. Армизонское, ул. Энергетиков, 1	(34547) 2-44-81	

с. Юргинское, ул. Ленина, 68	(34543) 2-40-95	
------------------------------	-----------------	--

1.1.4. ИШИМСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Адрес	Телефон	График работы
г. Ишим, ул. Шаронова, 18	(34551) 7-41-00 (34551) 7-70-12 – сверка расчетов (34551) 7-38-39 – договорной отдел	понедельник – пятница: с 8.00 до 17.00, обед с 12.00 до 13.00, выходной суббота, воскресенье
с. Бердюжье, ул. Кирова, 11	(34554) 2-28-69	
п. Голышманово, ул. К. Маркса, 160	(34546) 2-60-91	
с. Абатское, ул. Ленина, 26	(34556) 4-12-31	
с. Аромашево, ул. Ленина, 170	(34545) 2-13-60	
с. Викулово, ул. Н. Советская, 31	(34557) 2-40-30	
с. Казанское, ул. Ленина, 21	(34553) 4-26-17	
с. Сладково, ул. Димитрова, 5	(34555) 2-39-62	
с. Сорокино, ул. Ленина, 63	(34550) 2-21-37	

1.1.5. СУРГУТСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Адрес	Телефон	График работы
г. Сургут, Нефтеюганское шоссе, 15	тел.: (3462) 52-46-16, факс: (3462) 52-46-13	понедельник – четверг: с 8.00 до 17.00, обед с 12.00 до 13.36, пятница с 8.00 до 16.00, обед с 12.00 до 13.36 выходной суббота, воскресенье

1.2. Офисы очного обслуживания физических лиц:

1.2.1. ТЮМЕНСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Адрес	Телефон	График работы
г. Тюмень, ул. 50 лет Октября, 36 корп. 1	(3452) 386-666, 8 800 250 6006	понедельник – пятница с 8.00 до 17.00, суббота с 9.00 до 16.00, выходной воскресенье
г. Тюмень, ул. Московский тракт, 133, в офисе банка "АК БАРС"		понедельник – пятница: с 9.00 до 18.00, обед с 13.00 до 14.00, выходной суббота, воскресенье
г. Тюмень, ул. Пермьякова, 24 корп. 1, в офисе банка "АК БАРС"		
г. Тюмень, ул. Ленина, 12/4 в офисе банка "АК БАРС"		
г. Тюмень, ул. 30 лет Победы, 81 корп. 3, ТЦ "АДДА"		
с. Исетское, ул. Мира, 35	(34537) 2-18-53	понедельник – пятница: с 8.00 до 17.00, обед с 12.30 до 13.30, выходной суббота, воскресенье
с. Ярково, ул. Энергетиков, 6	(34531) 2-61-44	
с. Нижняя Тавда, ул. Сакко, 24	(34533) 2-42-36	

1.2.2. ТОБОЛЬСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Наименование управления	Адрес	Телефоны
г. Тобольск, ул. Строителей, 7	(3456) 29-41-00, 29-41-20	Понедельник-пятница: с 8.00 по

	29-41-22	18.00 без перерыва на обед, суббота: с 08.00. по 17.00, обед с 12.00 до 13.00; воскресенье выходной
г.Тобольск, 8 мкр. стр.32	(3456) 25-28-01, 25-27-97	Понедельник-пятница: с 09.00. до 18.00, обед с 13.00. до 14.00, выходной суббота, воскресенье
г. Тобольск, мкр. Менделеево, 9	(3456) 36-29-98	Каждый вторник 2-й и 4-й недели месяца: с 09.00 до 17.00, обед с 12.00 до 13.00
п. Сумкино, ул. Нагорная, 3	(3456) 26-07-48	Каждый четверг 2-й, 3-й, 4-й недели месяца: с 09.00 до 17.00, обед с 12.00 до 13.00
п. Уват, ул. Дзержинского, 15	(34561) 2-13-30	понедельник – пятница: с 8.00 до 16.00, обед с 12.00 до 13.00, выходной суббота, воскресенье
п. Туртас, ул. Ленина, 25	(34561) 2-53-64	
с. Вагай, ул. Ленина, 16а	(34539) 2-24-04	
п. Байкалово, ул. Рабочая, 2а	(34563) 3-54-41	

1.2.3. ЮЖНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Наименование управления	Адрес	Телефоны
г. Ялуторовск, ул. Менделеева, 1	(34535) 2-53-13, 3-58-88	понедельник – пятница: с 8.00 до 17.00, обед с 12.00 до 13.00, выходной суббота, воскресенье
г. Заводоуковск, ул. Глазуновская, 10	(34542) 2-17-02	
с. Омутинское, ул. Новая, 7	(34544) 3-19-93	
с. Армизонское, ул. Энергетиков, 1	(34547) 2-44-81	
с. Юргинское, ул. Ленина, 68	(34543) 2-47-78	

1.2.4. ИШИМСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Наименование управления	Адрес	Телефоны
г. Ишим, ул. Шаронова, 18	(34551) 7-53-01 (34551) 7-62-58	понедельник – пятница: с 8.00 до 17.00, обед с 12.00 до 13.00, выходной суббота, воскресенье
с. Бердюжье, ул. Кирова, 11	(34554) 2-28-69	
п. Голышманово, ул. К. Маркса, 160	(34546) 2-60-91	
с. Абатское, ул. Ленина, 26	(34556) 4-12-31	
с. Аромашево, ул. Ленина, 170	(34545) 2-13-60	
с. Викулово, ул. Н. Советская, 31	(34557) 2-40-30	
с. Казанское, ул. Ленина, 21	(34553) 4-26-17	
с. Сладково, ул. Димитрова, 5	(34555) 2-39-62	
с. Сорокино, ул. Ленина, 63	(34550) 2-21-37	

СУРГУТСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Наименование управления	Адрес	Телефоны
г. Сургут, Нефтеюганское шоссе, 15	(3462) 52-46-22	понедельник – четверг: с 8.00 до 17.00, обед с 12.00 до 13.36, пятница с 8.00 до 16.00, обед с 12.00 до 13.36 выходной суббота, воскресенье

2. Организация работы управлений (участков) Филиала Общества с юридическими и физическими лицами:

Наименование подразделения Филиала	Юридические лица	Физические лица
Тюменское управление	Служба сбыта электроэнергии юридическим лицам	Служба сбыта электроэнергии населению
Тобольское управление	Отдел сбыта электрической энергии Сектор договорной работы Сектор расчетов и отчетности	Отдел сбыта электрической энергии Сектор по работе с населением
Южное управление	Служба сбыта электроэнергии Сектор по работе с юридическими лицами Участок сбыта электроэнергии	Служба сбыта электроэнергии Сектор по работе с населением Участок сбыта электроэнергии
Ишимское управление	Отдел реализации Договорной отдел	Отдел реализации
Сургутское управление	Отдел сбыта электрической энергии	

3. Номер телефона горячей линии (многоканальный) «Тюменьэнергосбыт»- филиала ОАО «ЭК «Восток»:

- Телефон: 8 (800) 250-60-06

Приложение 2.1. Интерактивное обслуживание клиентов (потребителей) «Тюменьэнергосбыт» - филиала ОАО «ЭК «Восток»

1. Организация инфраструктуры интерактивного обслуживания

- 1.1. Интерактивное обслуживание клиентов (потребителей) «Тюменьэнергосбыт»- филиала ОАО «ЭК «Восток» организуется на Веб-сайте Общества www.vostok-electra.ru и Филиала - www.tesbyt.ru.
- 1.2. Типовые формы договоров, заключаемые с потребителями Общества (юридическими лицами и населением) размещаются на Веб-сайте Общества и Филиала в рубриках «Юридическим лицам» и «Физическим лицам» в специальных разделах «Договоры энергоснабжения» и в подразделах «Типовые формы договоров».
- 1.3. На Веб-сайте Филиала обслуживание потребителей - юридических лиц осуществляется через рубрику «Юридическим лицам», которая содержит следующие разделы:
 - Цены (тарифы) на электрическую энергию (мощность):
 - Предельные уровни нерегулируемых цен на электрическую энергию (мощность) для прочих потребителей;
 - Порядок определения предельных уровней нерегулируемых цен на электрическую энергию (мощность);
 - Информация о тарифах, действующих в настоящий момент времени.
 - Договор энергоснабжения:
 - Порядок заключения договора энергоснабжения
 - Перечень документов, необходимых для заключения договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии).
 - Порядок ограничения энергоснабжения;
 - Реквизиты для оплаты электроэнергии;
 - Расчетные способы определения объема потребления электроэнергии;
- 1.4. На Веб-сайте Филиала обслуживание потребителей-граждан осуществляется через рубрику «Физическим лицам», которая содержит следующие разделы:
 - Порядок заключения договора энергоснабжения;
 - Центры обслуживания населения:
 - Сведения о режиме работы Филиала (управлений, участков) Общества.
 - Тарифы:

- Информация о тарифах, действующих в настоящий момент времени.
 - Оплата электроэнергии:
 - Способы оплаты электроэнергии – переход в самостоятельный раздел **«Способы оплаты»**;
 - Информация об основаниях для введения полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии;
 - Ввод показаний приборов учета;
 - Последствия вывода из строя приборов учета либо отсутствия приборов учета;
 - Нормативы потребления – указаны действующие нормативы потребления для граждан.
- 1.5. Раздел **«Пресс-центр»** содержит новости, пресс-релизы и публикации в СМИ Общества (публикации выделены в самостоятельный раздел **«Публикации в СМИ»**).
- 1.6. В разделе **«Интернет-приемная»**:
- отражены наиболее часто задаваемые вопросы потребителей-граждан и ответы на них;
 - клиенты Общества (Филиала) могут задать интересующие вопросы.
- 1.7. В разделе **«Нормативно-правовая база»** находятся нормативно-правовые акты, касающиеся деятельности Гарантирующего поставщика.
- 1.8. В разделе **«Энергосбережение»** клиенты Общества (Филиала) могут ознакомиться с основными энергосберегающими мероприятиями.
- 1.9. Раздел **«О нас»** содержит:
- общую информацию о Филиале;
 - о территории, которую обслуживает Общество (Филиал) в качестве Гарантирующего поставщика;
 - сведения о руководстве Филиала;
 - контактную информацию по управлениям Филиала.
- 1.10. Способы оплаты электрической энергии приведены в разделе **«Оплата электроэнергии»**:
- Оплата банковской картой платежной системы VISA/MasterCard на Интернет-сайте;
 - Оплата банковской картой через банкоматы;
 - Отделения «Почты России»;
 - Терминалы QIWI;
 - Прочие терминалы;
 - Интернет-банк;

- Мобильный банк;
- Операторы связи «МТС», «Мегафон»;
- Интернет-сервис;
- On-line банк (реквизиты для оплаты).

1.11. Раздел **«Информация потребителю»** предназначен для размещения информации, общей для юридических и физических лиц:

- Порядок подачи обращений, претензий и жалоб на действия гарантирующего поставщика.

1.12. Раздел **«Карьера»** предназначен для размещения объявлений о поиске специалистов для заполнения вакантных мест Филиала.

2. Личный кабинет потребителя электроэнергии

2.1. С целью оперативного взаимодействия с клиентами на веб-сайте Филиала реализована возможность воспользоваться сервисом «Личный кабинет».

2.2. Каждому потребителю-гражданину Филиала присвоен номер лицевого счета, используемый при входе в Личный кабинет потребителя электроэнергии.

2.3. Порядок работы данного сервиса:

- На вкладке **«Личный кабинет»** на странице веб-сайта Филиала www.tesbyt.ru потребитель-гражданин указывает номер лицевого счета, адрес и попадает на свою персональную страничку.
- Здесь потребитель-гражданин может сверить задолженность, увидеть информацию в проведенных за период начислениях и оплатах.

2.4. Передача показаний приборов учета через веб-сайт Филиала www.tesbyt.ru осуществляется без захода в Личный кабинет с обязательным указанием только номера лицевого счета.

Приложение 3. Инструкция оформления офисов обслуживания клиентов ОАО «ЭК «Восток»

1. Общие положения и область применения

- 1.1. Внешнее и внутреннее оформление должно выполняться в соответствии с корпоративным стилем. Все используемые цвета и шрифты должны соответствовать бренд-буку Общества (Филиала).
- 1.2. Элементы оформления, в т.ч. их основные характеристики, не нашедшие отражения в настоящей Инструкции, приложениях к нему, а также в случае невозможности соответствия настоящей Инструкции, определяются руководителем Филиала и уполномоченными специалистами Общества.
- 1.3. При невозможности соблюдения требований настоящей Инструкции руководителем Филиала организуется разработка индивидуального дизайн-макета оформления. При наличии согласованного и утвержденного дизайн-макета оформление осуществляется согласно данному дизайн-макету, а в части требований, не отраженных в нем, регламентируется настоящей Инструкцией.

3. Цели Инструкции:

- 2.1. Снижение нагрузки на офисы обслуживания клиентов Общества – обеспечивается оптимизацией потока клиентов.
- 2.2. Повышение уровня удовлетворенности клиентов – достигается за счет повышения скорости и комфортности обслуживания.
- 2.3. Унификация офисов обслуживания клиентов Общества по единому фирменному стилю – обеспечивается четкими требованиями к элементам и их оформлению.

4. Общие требования к оформлению офиса обслуживания клиентов

3.1. Оформление фасада и входа в здание.

- 4.1. На фасаде здания офиса обслуживания клиентов (на козырьке при входе либо над входом) размещается вывеска Общества.
- 4.1. У входа в здание офиса обслуживания клиентов или занимаемое клиентским офисом помещение, размещаются на видном месте вывеска офиса и информационное табло с указанием режима работы офиса обслуживания клиентов.
- 4.1. Вход в здание офиса обслуживания клиентов или занимаемое клиентским офисом помещение и территория перед входом должны быть хорошо освещены.
- 4.1. На ступеньках перед входом, а также внутри помещения сразу после входа должны использоваться влагопропитывающие коврики из нескользящих материалов.

- 4.1. Вывески Общества и, при необходимости, офиса обслуживания клиентов, а также информационное табло должны быть освещены в темное время суток.
- 4.1. В дни государственных праздников Российской Федерации на зданиях офисов обслуживания клиентов вывешиваются (либо поднимаются на мачтах, флагштоках) государственный флаг Российской Федерации в соответствии с Федеральным конституционным законом от 25 декабря 2000 г. № 1-ФКЗ «О Государственном флаге Российской Федерации».
- 4.1. Прилегающая к офису обслуживания клиентов территория должна быть благоустроена и, исходя из площади территории, по возможности иметь парковочные места.
- 4.1. Вход в офис обслуживания клиентов должен быть оборудован пандусом. При невозможности установки пандуса должна быть установлена рампа. В арендуемых помещениях пандусы и рампы устанавливаются при наличии разрешительной документации.
- 4.1. Внешняя площадка офиса обслуживания клиентов должна содержаться в чистоте.
- 4.1. Указанные требования обязательны при наличии отдельного входа в офис обслуживания клиентов со стороны улицы и рекомендуются к исполнению по возможности при отсутствии отдельного входа в офис обслуживания клиентов со стороны улицы.
- 4.1. Если помещение офиса обслуживания клиентов расположено вне зданий, принадлежащих филиалу Общества, то помещение должно быть оборудовано кнопкой тревожной сигнализацией и системой видеонаблюдения.

3.2. Рекомендации по размерам помещений.

- 3.2.1. При выборе (строительстве, аренде) помещений для офисов, обслуживающих клиентов Общества, рекомендуется с учетом специфики функций офиса обслуживания клиентов ориентироваться на стандартные размеры:
- 3.2.2. Общая площадь помещения складывается из площади фронт-офиса (осуществляющего непосредственный контакт с клиентами) и бэк-офиса (остальные помещения).

4. Общие требования к внутреннему оформлению офиса обслуживания клиентов.

- 4.1. В помещениях офиса обслуживания клиентов необходимо обеспечить чистоту, доступ свежего воздуха, комфортную температуру и хорошее освещение. Для поддержания комфортных условий в помещениях (в зоне ожидания и обслуживания клиентов – обязательно) устанавливаются кондиционеры и/или иное климатическое оборудование с классом энергопотребления А.
- 4.2. Для удобства клиентов приоритетом для размещения клиентского зала является размещение на первом этаже

- 4.3. При разделении клиентского зала на зону ожидания и зону обслуживания проход между фронт-офисом и бэк-офисом по возможности должен быть изолирован от зоны ожидания клиентов. Клиентский зал и помещения бэк-офиса по возможности должны иметь различные входы.
- 4.4. При входе в офис обслуживания клиентов (в холле) на видном и свободно доступном месте должна быть размещена табличка с указанием этажей и номеров кабинетов.
- 4.5. Входы в офисы обслуживания клиентов при возможности конструктивных характеристик зданий оборудуются расширенными проходами, позволяющим обеспечить беспрепятственный доступ посетителей. При входе обязательно наличие напольного коврика.
- 4.6. В помещении офиса обслуживания клиентов по пути следования клиентов по необходимости (в зависимости от площади и конфигурации помещения) должны быть размещены информационные табло с указанием направления к службам.
- 4.7. Исходя из площади помещений, по возможности, необходимо предусмотреть:
Комнату приема пищи для персонала, в которой должны быть предусмотрены удобно расположенные столы и стулья, шкафы для посуды, холодильник, электрический чайник, микроволновая печь. Используются электробытовые приборы с классом энергопотребления А.
- 4.8. При оборудовании помещений клиентских залов должны быть использованы стандартные цвета, соответствующие фирменному стилю Общества.
- 4.9. Возле банкоматов и кэш-терминалов должны располагаться урны для мусора.
- 4.10. Возле аппаратов с питьевой водой должны быть в наличии пластиковые одноразовые стаканчики и урны для мусора.

Приложение 4. Кодекс деловой этики ОАО «ЭК «Восток»

1. Общие принципы делового этикета

- 1.1. 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, принимающий клиента, в своём лице представляет Общество и отношение Общества к клиенту и от него зависит восприятие Общества клиентом.
- 1.2. Сотрудник должен оперативно и качественно обслуживать клиента.
- 1.3. 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. Сотруднику следует использовать слова «спасибо» и «пожалуйста».
- 1.4. Сотрудник всегда первым приветствует клиента. Сотрудник должен демонстрировать доброжелательное отношение к клиенту при общении с ним:
 - корпус сотрудника развернут в сторону клиента;
 - взгляд сотрудника направлен клиенту в глаза;
 - необходимо улыбаться клиенту.
- 1.5. Если клиент подошел к сотруднику или его глаза встретились с глазами клиента, то необходимо поздороваться с ним, представиться и обратиться с вопросом «Могу Вам чем-то помочь?». При этом если сотрудник находится на значительном расстоянии от клиента, достаточно кивнуть головой, поддерживая при этом контакт глазами. Приветствуя клиента, сотрудник демонстрирует, что заметил его и сообщает о своей готовности помочь ему в случае необходимости.
- 1.6. 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 Общества к клиенту.
- 1.7. Каждый клиент требует внимания. Сотрудник относится ко всем клиентам равно и выдержанно вне зависимости от личных симпатий и антипатий.
- 1.8. Сотрудник должен уважать точку зрения клиента вне зависимости от того разделяет он ее или нет. Не допускается явно навязывать свою точку зрения, игнорировать высказывания клиента.
- 1.9. Иностранное 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.
- 1.10. При взаимодействии с клиентом сотрудник не должен предоставлять заведомо ложную информацию либо дезориентировать его иными способами.

- 1.11. Если у сотрудника нет полной уверенности в точности передаваемой клиенту информации, ему необходимо ее 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.
- 1.12. Сотрудник во избежание случайного предоставления ложной информации не вправе консультировать клиента по вопросам, требующим специальных знаний, выходящих за пределы его компетенции.
- 1.13. 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.).
- 1.14. Не разрешается говорить или намекать клиенту, что его проблема незначительна, и тем более сравнивать его с другими клиентами.
- 1.15. Форма изложения устных или письменных обращений к клиентам не должна допускать категоричных выражений, таких как «Вы обязаны», «Вам предписывается», «Явиться», «Предъявить» и т.п.
- 1.16. Категорически запрещается в присутствии клиентов порочить репутацию Общества, подрядных организаций и других предприятий энергетической отрасли, вести посторонние разговоры, отлучаться, принимать пищу во время обслуживания клиента.
- 1.17. При выявлении ошибок, допущенных со стороны Общества или подрядных организаций, необходимо принести клиенту извинения за причиненные неудобства.
- 1.18. При выявлении ошибок, допущенных клиентом, запрещается высказывать ему претензии. Следует вежливо и доступно объяснить клиенту правильный порядок действий.
- 1.19. При обслуживании клиента, подавшего жалобу, необходимо придерживаться следующих методов работы:
 - быть к клиенту особенно внимательным, даже если жалоба кажется несущественной или абсурдной;
 - помочь клиенту изложить свою жалобу, дать возможность спокойно высказаться, уточнить суть жалобы;
 - требуемая от клиента документация должна быть минимальной;
 - решать проблему в кратчайшие сроки;
 - анонимные жалобы в целях анализа и статистики обращений рассматривать в отдельном порядке.

2. Деловой этикет при очном обслуживании клиентов

- 2.1. Личное общение с клиентом является важным элементом корпоративной культуры Общества.

- 2.2. При очном обслуживании сотрудник должен стремиться к максимальной продуктивности обслуживания, выраженной в минимальном количестве активных контактов.
- 2.3. Принимая клиента сотрудник офиса обслуживания клиентов обязан:
- поприветствовать клиента и предложить ему присесть;
 - в вежливой форме узнать имя и отчество клиента, обращаться к нему во время разговора по имени и отчеству;
 - внимательно выслушать клиента;
 - отвечать на вопросы клиента вежливо и доброжелательно, в корректной форме;
 - выполнить необходимую для решения вопроса работу, вежливо попросив клиента подождать, или четко, грамотно и доступно объяснить способ решения вопроса;
 - при невозможности решить вопрос на месте перенести срок его решения, при необходимости запросить недостающие сведения. Отказ в решении вопроса клиента должен быть аргументирован и предложены действия для решения вопроса;
 - не повышать голос, не проявлять торопливость, не высказывать нетерпения, избегать непонятных для клиента терминов, не допускать в разговоре с клиентом неприятные для него интонации, не проявлять безразличия к проблема клиента.
- 2.4. При приеме от клиента письменного заявления сотрудник офиса обслуживания клиентов, наделенный соответствующими полномочиями, обязан:
- внимательно изучить его;
 - при недостатке информации, изложенной в заявлении, выяснить у клиента недостающую информацию;
 - известить клиента о сроке разрешения проблемы или жалобы;
 - в случае невозможности решения проблемы в день обращения необходимо попросить контактные данные клиента и известить клиента о результате решения проблемы, при необходимости или просьбе клиента направить ему письменный ответ;
 - обеспечить регистрацию письменного заявления, требующего времени для проработки и подготовки ответа, с уведомлением клиента о сроках его направления. При желании клиента предоставить копию заявления с данными ФИО сотрудника, принявшего заявления и датой.
- 2.5. Сотрудник должен до конца выяснить вопрос, по которому обратился клиент, и предложить оптимальный вариант решения его проблемы, чтобы клиенту не пришлось обращаться повторно.
- 2.6. 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.
 - получить подтверждение, понял ли он клиента. В случае сомнения, перефразируя ключевые фразы беседы, уточнить понимание.
- 2.7. При проведении консультации сотрудник офиса обслуживания клиентов четко и доходчиво отвечает на вопросы клиента, при необходимости кратко излагает суть в письменном виде или дает возможность клиенту самому записать основные ответы.
 - 2.8. Рекомендуются предоставлять клиенту важную или сложную для запоминания информацию в письменном виде. В письменном виде указываются перечни документов, дата следующего посещения, телефон Контакт-центра.
 - 2.9. Сотрудник должен демонстрировать доброжелательное отношение к клиенту манерой общения, способом здороваться, улыбкой и т.п.
 - 2.10. Клиент не всегда может получить то, за чем пришел, но уйти он должен в хорошем расположении духа. Поэтому сотруднику необходимо быть максимально вежливым и корректным при общении с клиентом.
 - 2.11. При установлении фактов грубого обращения персонала с клиентом, оказания на него необоснованного давления и угроз временного прекращения подачи электроэнергии виновные сотрудники Общества и/или подрядных организаций привлекаются к дисциплинарной ответственности в установленном порядке.
 - 2.12. В конце обращения сотруднику необходимо поблагодарить клиента за визит: «Рады, что Вы к нам обратились. До свидания. Всего доброго».
 - 2.13. В случае проявления со стороны клиента необоснованной агрессии, неадекватного поведения, нахождения его в алкогольном/наркотическом опьянении в пределах зоны ожидания или зоны обслуживания менеджер (оператор) по работе с клиентами предпринимает действия по выводу клиента за пределы помещения в вежливой, но настойчивой форме.

3. Внутренний этикет

- 3.1. В рабочее время сотрудник переключает личный мобильный телефон в бесшумный / тихий / виброрежим.
- 3.2. Разговоры ведутся между сотрудниками вполголоса, не следует мешать работе других сотрудников, обслуживающих клиентов, и самих клиентов громкими разговорами.
- 3.3. Сотрудник должен соблюдать субординацию с руководителями и коллегами, особенно в присутствии клиентов.
- 3.4. Сотрудник содержит рабочее место в чистоте и порядке.
- 3.5. Сотрудник не должен заниматься макияжем, прической, находясь на рабочем месте.

- 3.6. Сотрудник обязан хранить служебную тайну, не распространять конфиденциальную информацию (в т.ч. персональные данные клиентов), а так же сведения о своей личной жизни или личной жизни сотрудников Общества.
- 3.7. Сотруднику запрещается пользоваться личным мобильным телефоном при общении с клиентом.
- 3.8. Отмечать праздники в рабочее время запрещено.

4. Внешний вид сотрудника при очном обслуживании клиентов (дресс-код)

- 4.1. В целях поддержания корпоративного имиджа и фирменного стиля Общества работники, непосредственно общающиеся с клиентами, должны выполнять рекомендации корпоративного дресс-кода.
- 4.2. Одежда сотрудника должна быть чистой и опрятной, неброских тонов, выдержанная в строгом деловом стиле:
 - костюм или юбка, брюки, жилет, пиджак – однотонных темных расцветок. В теплое время года допускаются светлые однотонные расцветки;
 - блузка (у женщин) и сорочка (у мужчин);
 - не допускается спортивная одежда, открытые, короткие топы / майки, юбки более 10 см выше колена, шорты.
- 4.3. Не допускается спортивная и пляжная обувь. Обувь должна быть чистой и опрятной.
- 4.4. Сотрудник, контактирующий с клиентами должен носить бейдж в течение всего рабочего дня. Бейдж содержит название Общества, ФИО и должность сотрудника.
- 4.5. Косметика должна быть не вызывающей, приглушенных тонов.
- 4.6. Руки должны быть ухоженными, ногти – не длинными, не яркими.
- 4.7. Запах духов (туалетной воды, дезодоранта) не должен быть сильно выражен.
- 4.8. Допустимо дополнение костюма различными аксессуарами и немногочисленными неброскими украшениями.

5. Деловой этикет при телефонных переговорах

- 5.1. Телефонные переговоры являются важным элементом корпоративной культуры Общества. Сотрудник, отвечающий на телефонный вызов, формирует соответствующий имидж Общества у клиентов и партнеров.

При телефонных переговорах с клиентами сотрудник обязан поздороваться, назвать наименование филиала (управления) или участка и свою фамилию. Если суть вопроса не относится к компетенции сотрудника, необходимо переадресовать звонок клиента компетентному специалисту Общества.
- 5.2. Необходимо своевременно, не позже третьего сигнала, отвечать на входящий телефонный вызов.

- 5.3. При осуществлении исходящего вызова сотруднику необходимо прекратить попытки выйти на связь после четвертого сигнала телефонного аппарата.
- 5.4. Сотруднику следует вести телефонный разговор таким образом, чтобы проблема каждого клиента была решена, и у него осталось приятное впечатление об Обществе.
- 5.5. Из-за особенностей телефонной связи сотруднику необходимо четко выговаривать слова, чтобы клиент хорошо их слышал и понимал.
- 5.6. Сотруднику следует следить за скоростью своей речи, т.к. слишком быстрая или слишком медленная речь затрудняют общение.
- 5.7. Сотруднику рекомендуется использовать приемы активного слушателя, поддерживая постоянную связь с собеседником посредством слов и междометий.
- 5.8. Если сотрудник не уверен, что правильно расслышал что-либо в телефонном сообщении, ему необходимо переспросить клиента, во избежание недопонимания.
- 5.9. Сотрудник должен быть лаконичен, четок в изложении информации, не употреблять лишних слов, не допускать продолжительных пауз. Телефонный разговор должен быть содержательным, но кратким.
- 5.10. Если сотрудник не может сразу ответить на вопрос клиента, рекомендуется записать номер телефона клиента и перезвонить ему.
- 5.11. Сотруднику запрещено посвящать телефонного собеседника в дела и проблемы коллег, комментировать их действия.
- 5.12. Не рекомендуется вести телефонные переговоры по громкой связи.
- 5.13. Если клиент ждет на линии, сотрудник не должен разговаривать с другими сотрудниками, либо клиентами в офисах.
- 5.14. В конце общения сотруднику необходимо поблагодарить клиента за звонок.

6. Этика деловой переписки

- 6.1. Деловая переписка может осуществляться как посредством обычной почты, так и через электронную почту.
- 6.2. При направлении письма по электронной почте сотрудник всегда кратко указывает его тему.
- 6.3. Длина письма должна соответствовать характеру общения: если сотрудник просто отвечает на вопрос, то он должен делать это кратко и по существу.
- 6.4. Письмо необходимо начинать с обращения к клиенту по имени и отчеству.
- 6.5. В ответе рекомендуется привести краткое содержание полученного запроса.
- 6.6. Подпись должна идентифицировать сотрудника (ФИО и должность) и содержать данные об альтернативных каналах связи (например, телефон или факс).