



Стандарт качества обслуживания клиентов  
гарантирующего поставщика электрической  
энергии АО «Томскэнергосбыт»

**Стандарт качества обслуживания клиентов  
гарантирующего поставщика электрической энергии  
АО «Томскэнергосбыт»**

**Томск 2024 год**

## Предисловие

Настоящий стандарт обслуживания клиентов (далее – Стандарт) применяется в акционерном обществе «Томская энергосбытовая компания» (далее – АО «Томскэнергосбыт») при организации обслуживания физических и юридических лиц. Он устанавливает общие требования к клиентскому обслуживанию, включая правила и характеристики очного и заочного обслуживания.

Стандарт введён во исполнение требований Основных положений функционирования розничных рынков электрической энергии и Правил полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии, утверждённых постановлением Правительства Российской Федерации от 4 мая 2012 г. № 442, а также Методики МТ-237-2 «Требования к обслуживанию клиентов розничных активов Группы».

Стандарт вступает в силу после утверждения Генеральным директором АО «Томскэнергосбыт». При существенных изменениях условий предоставления услуг на рынке в Стандарт могут вноситься изменения и дополнения.

Стандарт доводится до сведения клиентов и других заинтересованных сторон путём публикации на web-сайте, размещения в местах очного обслуживания клиентов и другими способами, обеспечивающими доступность документа.

## Содержание

Предисловие.....	2
Глава 1. Общие положения.....	4
<i>Раздел 1. Область применения</i> .....	4
<i>Раздел 2. Нормативные ссылки</i> .....	4
<i>Раздел 3. Рабочие определения терминов, применяемых в Стандарте</i> .....	4
<i>Раздел 4. Цели и задачи</i> .....	8
Глава 2. Требования к компании по взаимодействию с клиентами .....	11
<i>Раздел 1. Принципы взаимодействия с клиентами</i> .....	11
<i>Раздел 2. Организационно-нормативное обеспечение</i> .....	12
<i>Раздел 3. Основные критерии и параметры взаимодействия с клиентами</i> .....	14
Глава 3. Организация очного обслуживания.....	16
<i>Раздел 1. Организация инфраструктуры при очном обслуживании</i> .....	16
<i>Раздел 2. Организация приёма клиентов</i> .....	16
<i>Раздел 3. Требования к зданиям, где располагается клиентский зал центра очного обслуживания клиентов, пункт приёма клиентов</i> .....	20
<i>Раздел 4. Требования к помещениям для приёма клиентов и зонам клиентского обслуживания</i> .....	22
<i>Раздел 5. Информационное обеспечение</i> .....	25
Глава 4. Организация заочного обслуживания.....	27
<i>Раздел 1. Организация инфраструктуры заочного обслуживания</i> .....	27
<i>Раздел 2. Организация обработки обращений</i> .....	30
<i>Раздел 3. Алгоритм обработки обращений клиентов</i> .....	33
Глава 5. Организация виртуального (интерактивного) обслуживания .....	34
<i>Раздел 1. Организация инфраструктуры интерактивного обслуживания</i> .....	34
<i>Раздел 2. Требования к обслуживанию в ЛКК</i> .....	41
<i>Раздел 3. Организация обработки обращений</i> .....	46
Глава 6. Требования к организации обратной связи с клиентами.....	51
Глава 7. Организация самообслуживания .....	53
Глава 8. Этика обслуживания клиентов.....	54
<i>Раздел 1. Общие принципы делового этикета</i> .....	54
<i>Раздел 2. Деловой этикет при очном обслуживании клиентов</i> .....	55
<i>Раздел 3. Внешний вид сотрудника при очном обслуживании клиентов</i> .....	56
<i>Раздел 4. Деловой этикет при телефонных переговорах</i> .....	57
<i>Раздел 5. Этика деловой переписки</i> .....	58
<i>Раздел 6. Взаимодействие с клиентами при оказании отдельных видов услуг</i> .....	58
Глава 9. Стандарты обслуживания клиентов с учётом сегментации.....	65

## **Глава 1. Общие положения**

### ***Раздел 1. Область применения***

1. Настоящий Стандарт качества обслуживания клиентов является нормативным документом, устанавливающим базовые требования для компании по взаимодействию с физическими и юридическими лицами.

2. Стандарт предназначен для применения в центрах очного обслуживания клиентов и пунктах приёма клиентов (фронт-офисах), офисах (бэк-офисах), в контакт-центре АО «Томскэнергосбыт».

### ***Раздел 2. Нормативные ссылки***

1. В Стандарте учтены требования следующих нормативно-правовых актов РФ и использованы нормативные ссылки на следующие стандарты, действующие на территории РФ:

- Гражданский кодекс Российской Федерации;
- Закон Российской Федерации от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании»;
- Основные положения функционирования розничных рынков электрической энергии и Правила полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии, утверждённые постановлением Правительства Российской Федерации от 4 мая 2012 г. № 442;
- Правила предоставления коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов, утверждённые постановлением Правительства Российской Федерации от 6 мая 2011 г. № 354.
- Постановление Правительства Российской Федерации от 6 апреля 2013 г. №344 «О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации по вопросам предоставления коммунальных услуг».

### ***Раздел 3. Рабочие определения терминов, применяемых в Стандарте***

1. Применительно к настоящему Стандарту используются следующие термины и определения:

**Гарантирующий поставщик электрической энергии** (далее - гарантирующий поставщик) - коммерческая организация, обязанная в соответствии с действующим законодательством или добровольно принятыми обязательствами заключить договор купли-продажи электрической энергии с любым обратившимся к ней потребителем

электрической энергии либо с лицом, действующим от имени и в интересах потребителя электрической энергии и желающим приобрести электрическую энергию.

**Общество (компания, организация)** – АО «Томскэнергосбыт».

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

**Основная деятельность компании** – деятельность АО «Томскэнергосбыт» по покупке на оптовом рынке и реализации конечным потребителям электрической энергии на территории Томской области.

**Дополнительные сервисы компании** - деятельность АО «Томскэнергосбыт», не являющаяся основной деятельностью компании, в том числе монтаж и комплексное обслуживание средств измерения и учёта, разработка, организация и проведение энергосберегающих мероприятий, продажа электротехнической, светотехнической и сантехнической продукции и прочее.

**Обращение** – направленное клиентом в адрес компании или должностного лица компании письменное или устное заявление. Обращение может быть оформлено в виде запроса о предоставлении информации и т.п.

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

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

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

и ожиданий, управление контактами с клиентами и др.

**Очное обслуживание** – обслуживание клиентов посредством личного контакта со специалистами компаний.

**Центр очного обслуживания клиентов или пункт приёма клиентов (фронт-офис)** – офис, предназначенный для консультирования клиентов и приёма их обращений по вопросам энергопотребления, расчётов за потреблённые энергоресурсы, осуществления коммунальных платежей, создания комфортной, эргономичной среды взаимодействия, повышения эффективности обслуживания.

**Офис (бэк-офис)** – подразделения Общества, на которые возложены задачи, непосредственно не связанные с очным обслуживанием клиентов, включающие в себя: приём клиентов, рассмотрение и обработку их обращений, поступающих через фронт - офис, оформление договоров энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)) и приложений к ним, организация исполнения заявок и пр.

**ООО «ЕИРЦ ТО»** - организация, осуществляющая очное и заочное обслуживание по агентскому договору клиентов АО «Томскэнергосбыт».

**Подразделения компании** – Управление по работе с физическими лицами, Управление по работе с юридическими лицами, Отдел клиентского обслуживания юридических лиц, Управление по работе с клиентами центральных районов области, Управление коммерческих услуг, а также отделения АО «Томскэнергосбыт».

**Отделения компании** – Северное и Восточное отделение АО «Томскэнергосбыт».

**Администратор** – специалист, ответственный за очный приём клиентов и контроль хода выполнения работ в центре очного обслуживания клиентов.

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

**Каналы взаимодействия с клиентами** - способы взаимодействия компании с клиентами.

**Заочное обслуживание** – обслуживание клиентов специалистами компаний без личного контакта посредством телефона, почты, электронной почты, сети Интернет, официальных аккаунтов компании в социальных сетях, чат-бота в Телеграм.

**Контакт-центр** – совокупность оборудования, программного обеспечения, специалистов, процессов для обеспечения обслуживания клиентов по каналам заочного

обслуживания.

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

**Интернет-приёмная** – интерактивная приёмная для клиентов на web-сайте. Может создаваться в форме Интернет-портала, т.е. совокупности web-страниц с повторяющимся дизайном, объединённых по смыслу, навигационно и физически находящихся на одном web-сервере.

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

**IVR (Interactive Voice Response)** (с англ. «интерактивный голосовой отклик») – интерактивная информационно-справочная система, необходимая для автоматизации обработки запросов клиентов, выполняющая функцию маршрутизации звонков посредством тонального набора или голосовых команд (записанные сообщения и синтез речи).

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

**Специалист** – любой сотрудник Общества, который в ходе своей профессиональной деятельности осуществляет взаимодействие с клиентом.

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

**Отрицательный звонок** – сообщение автоинформатора, которое клиент не получил.

**Положительный звонок** – сообщение автоинформатора, которое клиент получил.

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

**Единый личный кабинет** – комплекс сервисов в сети Интернет, предоставляемый

клиентам физическим лицам для взаимодействия с АО «Томскэнергосбыт» в рамках договоров энергоснабжения в интерактивном режиме.

**Личный кабинет для юридических лиц** – сервис в сети Интернет, предоставляемый клиентам юридическим лицам для взаимодействия с АО «Томскэнергосбыт» в рамках договоров энергоснабжения и купли-продажи электроэнергии в интерактивном режиме.

#### ***Раздел 4. Цели и задачи***

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

1. Обслуживание Обществом потребителей осуществляется в соответствии со следующими к нему требованиями:

1.1. осуществление разработки, размещения в офисах компании и опубликования на сайте компании разработанных форм договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности), заключение с потребителем (покупателем) договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности));

1.2. наличие и функционирование центров очного обслуживания клиентов для потребителей (покупателей), а также осуществление заочного обслуживания потребителей (покупателей), обеспечение наличия бесплатных телефонных или телекоммуникационных каналов связи между гарантирующим поставщиком и потребителями;

1.3. снятие и приём показаний приборов учёта, а также обеспечение приёма показаний приборов учёта от потребителей (покупателей) способами, допускающими возможность удалённой передачи сведений о показаниях приборов учёта (телефон, сеть Интернет и др.);

1.4. обеспечение выставления потребителю (покупателю) счетов на оплату электрической энергии способами, допускающими возможность их удалённой передачи (почта, сеть Интернет и др.);

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

1.6. организация службы приёма обращений потребителей (покупателей) по вопросам поставки некачественной электрической энергии или прекращения поставки электрической энергии, а также оповещения потребителей (покупателей) о причинах поставки некачественной электрической энергии или прекращения поставки электрической энергии и о планируемых сроках устранения указанных нарушений;

1.7. организация приёма иных обращений потребителей (покупателей) в адрес гарантирующего поставщика письменно или устно, в том числе посредством телефонной связи, сети Интернет, электронной почты, почтовой корреспонденции, а также оперативного ответа на них по существу с возможностью решения вопроса потребителя (покупателя) за 1 обращение;

1.8. предоставление потребителям (покупателям) путём размещения в центрах очного обслуживания клиентов, пунктах приёма клиентов и (или) на официальном сайте в сети Интернет, а также по его запросу следующей информации:

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

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

- разработанные и внедрённые гарантирующим поставщиком стандарты качества обслуживания потребителей (покупателей) с изменениями и дополнениями;

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

- порядок и условия приёма от потребителей показаний приборов учёта, последствия для потребителей при умышленном выводе из строя приборов учёта, либо их отсутствия;

- возможные последствия нарушения потребителем обязательств по оплате электрической энергии в виде введения полного и (или) частичного ограничения режима

потребления электрической энергии. По запросу потребителя – размер задолженности по оплате электрической энергии;

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

- график обслуживания потребителей (покупателей) в центрах очного обслуживания клиентов, пунктах приёма клиентов и центрах заочного обслуживания потребителей (покупателей), а также адреса и телефоны указанных офисов и центров;

- порядок очного приёма, подачи обращений, претензий и жалоб на действия гарантирующего поставщика;

- иные, наиболее часто задаваемые вопросы, возникающие у потребителей (покупателей), и ответы на них.

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

- анализ потребностей и ожиданий клиентов посредством обработки обращений клиентов;

- заключение и ведение договоров, текущее обслуживание (очное, заочное (в том числе дистанционное и интерактивное));

- реагирование на жалобы и обращения, обеспечение «обратной связи»;

- оценка степени удовлетворённости клиентов качеством услуг электроснабжения и качеством обслуживания;

- осуществление мониторинга и контроля обслуживания клиентов, в том числе исполнения решений, принятых по жалобам и обращениям клиентов;

- обеспечение информированности клиентов.

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

- уменьшение времени решения вопросов;

- оптимизация затрат клиентов и компании;

- создание комфортных условий для клиентов и доброжелательного отношения к ним.

## **Глава 2. Требования к компании по взаимодействию с клиентами**

### ***Раздел 1. Принципы взаимодействия с клиентами***

1. Основными принципами взаимодействия АО «Томскэнергосбыт» с клиентами являются качество и доступность обслуживания, под которыми понимается:

1.1. Организационная доступность. Правила пользования услугами компании должны быть прозрачны и исполнимы для потребителя.

1.2. Территориальная доступность (предоставление качественного обслуживания независимо от удалённости места проживания (нахождения)).

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

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

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

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

5. Клиентам обеспечивается защита персональных данных. Компания использует полученную от клиентов персональную информацию, такую как имя и фамилия, адрес, адрес электронной почты, номера телефона, ИНН, СНИЛС, исключительно с целью организации обслуживания клиентов.

6. Обслуживание должно быть построено на простых и удобных коммуникациях клиента с Обществом, предусматривающих минимизацию действий Клиента и Общества без ухудшения качества обслуживания.

7. Взаимоотношения с Клиентом должны быть построены на принципе цифровизации, т.е. все этапы процесса обслуживания должны фиксироваться с использованием средств автоматизации в виде объективных данных. Данные должны регулярно анализироваться с целью реализации мероприятий, направленных на повышение качества обслуживания.

8. Омниканальность обслуживания, т.е. взаимная интеграция разрозненных каналов коммуникации в унифицированную систему, с целью обеспечения бесшовной и непрерывной коммуникации с Клиентом.

9. Процесс обслуживания должен характеризоваться показателями, измерение которых проходит на постоянной основе, при этом анализ и оценка показателей должна мгновенно оказывать влияние на корректировку процесса обслуживания или выполнение смежных процессов.

10. Общество должно уделять особое внимание обслуживанию Клиента с ограниченными возможностями здоровья и предусматривать возможность приобретения услуг и (или) товаров в удобной для него форме.

11. Принципы обслуживания применяются для всех форм обслуживания.

## ***Раздел 2. Организационно-нормативное обеспечение***

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

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

3. Очное обслуживание клиентов-физических лиц в городе Томске передано по агентскому договору в ООО «ЕИРЦ ТО». В районах области очное обслуживание физических лиц производится в офисах Северного и Восточного отделений АО «Томскэнергосбыт» и управления по работе с клиентами центральных районов области.

4. Очное обслуживание клиентов юридических лиц города Томска и центральных районов области производится в отделе клиентского обслуживания юридических лиц. В районах области очное обслуживание юридических лиц производится в офисах Северного и Восточного отделений АО «Томскэнергосбыт», на которые возлагаются следующие функции:

- организация клиентского обслуживания с учётом положений Стандарта, договорных обязательств, регламентов и других нормативных актов;

- приём, обработка и анализ поступивших обращений;

- работа с жалобами;

- изучение потребностей и мониторинг степени удовлетворённости клиентов;

- сбор и предоставление руководству компании отчётов по взаимодействию с клиентами и предложений по улучшению качества обслуживания;

- организация порядка на рабочем месте, в центрах очного обслуживания клиентов и пунктах приёма клиентов;

- иные задачи, указанные в должностных инструкциях.

5. Для организации обслуживания физических лиц используются два уровня: фронт-офис (центры очного обслуживания клиентов и пункты приёма клиентов) и бэк-офис (офис).

5.1. Фронт-офис функционирует по принципу «одного окна» и отвечает за непосредственное взаимодействие с клиентом. Он включает подразделения очного обслуживания и Интернет-приёмную.

5.2. Бэк-офис обеспечивает рассмотрение, обработку и выполнение заявок и обращений клиентов, поступающих через фронт-офис. Площадь бэк-офиса не менее 4,5 кв. м. на одного занятого в бэк-офисе специалиста.

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

7. Для организации взаимодействия с клиентами используется специализированное программное обеспечение с возможностью выхода в единую информационную базу.

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

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

- квалифицированных специалистов, ответственных за взаимодействие с клиентами и организацию клиентского обслуживания;

- помещений для приёма клиентов;

- компьютерного оборудования и единого программного обеспечения для расчёта и формирования отчётов;

- формализованных в соответствующей регламентирующей документации бизнес-процессов взаимодействия компаний с клиентами.

10. На настоящий Стандарт могут ссылаться следующие документы:

- регламенты оказания услуг, реагирования на жалобы и обращения, а также взаимодействия компании с органами государственной власти и другими заинтересованными сторонами при очном, заочном и интерактивном обслуживании клиентов;

- техника обслуживания клиентов, которая включает в себя схему общения с клиентами;

- стандарт оформления центров очного обслуживания клиентов и пунктов приёма клиентов, в котором указываются правила оформления экстерьеров, интерьеров центров очного обслуживания клиентов и пунктов приёма клиентов, правила и порядок размещения раздаточного материала, правила оформления витрин;

- положения о деятельности, должностные и рабочие инструкции специалистов, обслуживающих клиентов;

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

- методика оценки качества обслуживания клиентов, методика оценки уровня удовлетворённости клиентов.

### ***Раздел 3. Основные критерии и параметры взаимодействия с клиентами***

1. Эффективный процесс взаимодействия с клиентами характеризуется следующими параметрами:

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

- индивидуальный подход к клиентам;

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

- оперативность реагирования на жалобы и обращения;

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

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

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

- полнота, актуальность и достоверность информации об объеме, порядке предоставления и стоимости услуг характеризуется индикатором «Информативность»;

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

- 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, характеризуется индикатором «Результативность обратной связи».

4. Порядок выставления и применения оценок по перечисленным критериям регламентируется отдельным организационно-распорядительным документом.

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

### **Глава 3. Организация очного обслуживания**

#### ***Раздел 1. Организация инфраструктуры при очном обслуживании***

1. Система очного обслуживания клиентов состоит из клиентских офисов ООО «ЕИРЦ ТО», Главного офиса АО «Томскэнергосбыт», ЦОК и ППК в районах области, также организовано выездное обслуживание.

2. Типовая иерархия по территориальному признаку:

Территориальные подразделения	Населённый пункт
Центры очного обслуживания клиентов и пункты приёма клиентов в г. Томске	Главный офис АО «Томскэнергосбыт», Центры очного обслуживания клиентов и пункты приёма клиентов ООО «ЕИРЦ ТО» в г. Томске, отдел клиентского обслуживания юридических лиц
Отделения Компании в Томской области	Главные офисы отделений АО «Томскэнергосбыт» (Восточного, Северного)
Другие подразделения в Томской области	Центры очного обслуживания клиентов и пункты приёма клиентов в районах области

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

4. При определении плотности размещения отделений и других подразделений АО «Томскэнергосбыт» учитываются требования законодательства субъекта Российской Федерации, применяющиеся для установления границ муниципальных образований и их административных центров, и территориальная доступность.

5. Главный офис, помимо обслуживания клиентов, выполняет сбор и обработку информации по работе с клиентами из других центров очного обслуживания клиентов для формирования сводных статистических отчётов и анализа качества работы.

6. Во избежание возникновения непредвиденных ситуаций, в целях соблюдения общественного порядка, а также в целях осуществления контроля за качеством обслуживания клиентов в центрах очного обслуживания клиентов при наличии технической возможности ведётся запись разговора и видеонаблюдение.

#### ***Раздел 2. Организация приёма клиентов***

1. Приём клиентов организуется в каждом центре очного обслуживания клиентов и пункте приёма клиентов.

2. Личный приём клиентов физических лиц по общим вопросам должен осуществляться в клиентском зале центра очного обслуживания клиентов, по более сложным вопросам – в бэк-офисе. Личный приём юридических лиц осуществляется в отделе клиентского обслуживания юридических лиц.

2.1. Очное обслуживание Клиента-физического лица должно осуществляться:

– в любом ЦОК на территории МО, в зоне деятельности Общества вне зависимости от места расположения принадлежащих Клиенту энергопринимающего устройства и (или) оборудования, с использованием которых осуществляется потребление коммунальных услуг;

– в клиентских офисах и дополнительных офисах обслуживания (при их наличии);

– в мобильных (передвижных) офисах (при их наличии);

– в формате выездного обслуживания, если этого требует бизнес-процесс Общества;

– посредством АСВК (при их наличии).

2.2. Очное обслуживание Клиента - юридического лица должно осуществляться:

– в любом ЦОК на территории МО, в зоне деятельности Общества вне зависимости от места расположения принадлежащих Клиенту энергопринимающего устройства;

– в структурном подразделении Общества, к компетенции которого относится обслуживание Клиентов данной категории с выделением отдельного помещения или рабочего места.

– в формате выездного обслуживания, если этого требует бизнес-процесс Общества.

3. В клиентском зале главного офиса АО «Томскэнергосбыт» обязательно должен присутствовать администратор, в других центрах очного обслуживания клиентов города Томска, где количество окон обслуживания превышает два, присутствие администратора клиентского зала рекомендуется:

– всегда в пиковые часы;

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

– на «переходный период» при введении новых технологий обслуживания

(например: электронной очереди или иных терминалов).

4. Очное обслуживание осуществляется администраторами, техниками в г. Томске и узкими специалистами при возникновении сложных ситуаций. В центрах очного обслуживания клиентов на территории области допускается совмещение функций администратора и специалиста по обслуживанию клиентов.

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

6. Режим работы клиентского зала центра очного обслуживания клиентов, пункта приёма клиентов должен быть удобен клиенту.

6.1. В городе Томск должны быть центры очного обслуживания клиентов и пункты приёма клиентов с различными графиками работы, открытые в будние и выходные дни.

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

6.3. Выездное очное обслуживание предоставляется Клиенту:

- для организации очного обслуживания в удалённых населённых пунктах, где нет офисов обслуживания Общества;
- для проведения визуальных проверок, электротехнических работ, оказания коммерческих или иных услуг, которые требуют присутствия специалиста Общества на территории Клиента;
- с ограниченными возможностями здоровья;
- в иных случаях, если этого требует бизнес-процесс Общества.

7. Алгоритм очного обслуживания клиента.

7.1. Специалист по обслуживанию клиентов (техник, кассир, агент и др.) обращается к клиенту с предложением помочь в решении вопроса, по которому клиент посетил центр очного обслуживания клиентов или пункт приёма клиентов. Фирменное приветствие: «Здравствуйте! Чем я могу Вам помочь?»

7.2. В случае если в клиентском зале работает администратор, он приветствует клиента и проводит первичный приём, выясняет потребность и направляет на приём к

специалисту по обслуживанию клиентов посредством электронной очереди. Специалист персонифицирует обращение с клиентом (спрашивает: «Как я могу к Вам обращаться?»), проводит сверку лицевого счёта, при этом специалист запрашивает у клиента документ, удостоверяющий личность, документ, подтверждающий право собственности, пользования жилым помещением, жилым домом, либо документ, подтверждающий право получения информации по лицевому счёту (например, регистрация в паспорте, доверенность). При обращении клиента исключительно в целях произведения оплаты, запрос такого документа рекомендован, но не является основанием для отказа в приёме оплаты. При предоставлении потребителем вышеуказанных документов производит сверку данных из представленного документа с данными в системе, при необходимости вносит изменения в информационную систему. Специалист предоставляет необходимую информацию клиенту по тематике обращения. Помогает клиенту сформулировать вопрос, задаёт уточняющие вопросы, чтобы максимально точно и быстро ответить на обращение клиента.

7.2.1. Для идентификации Клиента - физического лица может быть использована совокупность информации: фамилия, имя, отчество, номер лицевого счёта, адрес объекта, в отношении которого ранее поставлен товар и (или) предоставлена услуга Общества, сумма ранее выставленного счёта за товар (услугу).

7.2.2. Для идентификации Клиента - юридического лица может быть использована совокупность информации: ИНН, ОГРН, номер договора, адрес точки поставки (в случае заключения договора ресурсоснабжения).

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

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

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

7.2.6. Специалист задаёт вопрос клиенту о наличии дополнительных нерешённых вопросов.

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

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

Устанавливаются следующие типовые параметры средней продолжительности взаимодействия с клиентами:

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

### ***Раздел 3. Требования к зданиям, где располагается клиентский зал центра очного обслуживания клиентов, пункт приёма клиентов***

1. Обеспеченность центрами очного обслуживания клиентов:

а) для области должно соответствовать параметрам:

- не менее 1 центра в каждом районе области;
- не менее 1 центра (возможно с ограниченным набором функций) или организация выездного обслуживания для отдалённых районов (время в пути на общественном транспорте более 1 часа).

б) для городов (областного и районных центров) должно соответствовать параметрам:

- не менее 1 центра для 1 района города, с учётом потока клиентов;
- более 1 центра (возможно с ограниченным набором функций) в одном районе, при высокой концентрации населения или если районы города удалены друг от друга.

2. Очное обслуживание организуется:
  - в местах с развитой городской инфраструктурой (недалеко от ТЦ, основных магазинов и т.д.);
  - на 1-ой линии домов по отношению к дороге;
  - на 1-м этаже здания (оптимально);
  - близко к транспортным маршрутам – не далее 500 метров от остановки общественного транспорта (в городе);
  - недалеко от центральных улиц населённого пункта (в области).

3. Помещения центра очного обслуживания клиентов должны обеспечивать беспрепятственный доступ посетителей, в том числе граждан с ограниченными возможностями:

- лестница входной группы оборудована поручнями (при наличии более 3 ступенек);
- по возможности вход в здание должен быть оборудован специальными устройствами для людей с ограниченными возможностями (пандусами, расширенными проходами, позволяющими обеспечить беспрепятственное передвижение инвалидов, кнопками вызова персонала).

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

4. В помещениях центра очного обслуживания клиентов должен быть проведён необходимый текущий и капитальный ремонт, мебель должна выглядеть соответственно фирменному офисному стилю компании, она не должна быть устаревшей и должна создавать впечатление современно оснащённого офиса.

5. Для безопасности сотрудников и клиентов, а также обеспечения комфортных условий обслуживания помещение оборудуется:

- противопожарной системой и средствами пожаротушения;
- физической охраной или тревожной кнопкой;
- кулерами с питьевой водой и одноразовыми стаканами;
- кондиционерами.

6. Вход и выход (включая аварийный) из помещения оборудуются соответствующими указателями с автономными источниками бесперебойного питания.

7. Элементы интерьера здания и кассовой зоны выполнены в корпоративном стиле: вывески, указатели, информационные и рекламные баннеры, стенды и стойки с информацией, витрины, иные элементы оформления здания и помещения.

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

1) У центрального входа в помещение:

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

- табличка с информацией о режиме работы.

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

9. Придомовая территория и входная группа содержатся в надлежащем состоянии:

- около входа в центр имеется урна для мусора;

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

- вход в здание ЦОК и территория перед входом должны быть хорошо освещены в тёмное время суток;

- перед входом в ЦОК используются нескользящие коврики или нескользящее покрытие (плитка). Ступени (при наличии) должны быть покрыты противоскользящим материалом;

- оформлена в канун Нового года и других праздников.

10. Рядом со зданием центра очного обслуживания клиентов по возможности должно быть обеспечено наличие бесплатной парковки для клиентов из расчёта 1 машиноместо на 1 операционное место сотрудника в клиентском зале (для физических и юридических лиц) или из расчёта 3 машиноместа для клиентов на 10 сотрудников.

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

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

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

- помещение не должно быть проходным;
- проход не должен осуществляться через помещения других организаций, (кроме мест общего пользования);

- помещение должно предусматривать независимый режим работы.

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

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

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

5. Помещение должно быть обеспечено системой кондиционирования.

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

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

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

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

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

9. Должно быть обеспечено надлежащее состояние рабочих мест сотрудников в зоне клиентского обслуживания и иных помещениях, в которых ведётся личный приём

клиентов, то есть не допускается присутствие на столах личных вещей (чашек, фотографий, сувениров).

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

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

- компьютер с доступом на корпоративный сайт компании и в актуальную базу данных, с возможностью вносить изменения (в зависимости от вопроса клиента и прав доступа). Время нарушения работы базы данных не может превышать 30 минут;
- возможность доступа к факсу, внутреннему телефону (для связи с иными сотрудниками компании с целью решения проблемы клиента), электронной почте;
- кассовый аппарат (у материально ответственного лица).

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

- стульев, банкеток или другой мебели для использования клиентами во время ожидания в очереди;
- не менее 1 или 2 стульев на 1 окно (стол) приёма клиентов;
- отдельного стола или выделенного места на столе специалиста для оформления документов во время ожидания приёма;
- канцелярских принадлежностей (ручек с фиксацией и бумаги для записей);
- мусорного ведра;
- кулера;
- больших настенных часов.

13. При возможности клиентский зал может быть обеспечен:

- занимательными материалами для детей (например, бумага для рисования, карандаши, раскраски для детей, доска с мелками, стульчики и стол и т.п.);
- электронной очередью (со звуковым оповещением для людей с нарушением слуха);
- терминалами, оформленными в корпоративном стиле (платёжными, информационными);
- платёжным терминалом для оплаты пластиковой картой.

14. Каждый центр очного обслуживания клиентов оборудуется информационным стендом. Центры очного обслуживания клиентов главного офиса и Отделений компании – специальным ящиком для анонимной обратной связи (для проведения анкетирования по вопросам оценки качества обслуживания и предложений по его улучшению).

15. Каждый центр очного обслуживания клиентов и пункт приёма клиентов имеют книгу отзывов и предложений.

15.1. Книга ежедневно просматривается ответственным специалистом отдела клиентского обслуживания в г. Томске и специалистом в отделениях.

15.2. Каждое предложение и жалоба клиента, касающаяся обслуживания и развития деятельности компании, направляется в отдел маркетинга для рассмотрения.

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

Зона должна быть оборудована в корпоративном стиле и иметь:

- 1) витрину с розничными товарами (лампочки, осветительные приборы, иной ассортимент), который может быть продан сотрудником клиентского зала;
- 2) информационный стенд с рекламой дополнительных услуг (энергоаудит, энергосбережение и т.д.);
- 3) демонстрационный стенд с товарами или их изображениями (при наличии свободного места);
- 4) товары, заявленные в витрине и рекламе на стенде.

17. Витрины должны быть оформлены в соответствии с Рекомендациями по выкладке товара на витринах центров очного обслуживания клиентов.

### ***Раздел 5. Информационное обеспечение***

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

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

2. Информационные материалы должны быть размещены в Клиентском зале:

- на стойках в зоне приёма;
- столах в зоне ожидания;

- стойках с брошюрами;
- стендах с информацией.

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

1) перечень документов, необходимых для заключения договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)), порядок заключения договора, а также порядок получения информации о состоянии процесса заключения договора с клиентом (потребителем);

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

3) разработанный и внедрённый гарантирующим поставщиком Стандарт качества обслуживания клиентов и изменения указанного стандарта;

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

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

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

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

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

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

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

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

12) информация по дополнительной деятельности, преysкурant на розничную продукцию и стандартные услуги;

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

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

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

– краткая информация о требованиях к обслуживанию.

4. При возможности крупные центры очного обслуживания должны быть оснащены информационными и платёжными терминалами.

#### **Глава 4. Организация заочного обслуживания**

##### ***Раздел 1. Организация инфраструктуры заочного обслуживания***

1. Заочное обслуживание должно предоставляться в виде интерактивного и дистанционного обслуживания.

2. Интерактивное обслуживание должно быть максимально автоматизировано и направлено:

– на решение наиболее часто задаваемых вопросов Клиентов;

– на оформление Клиентом заявки и (или)заявления по сложным вопросам, в том числе жалоб (претензий);

– на приём информации от Клиента;

– на приём платежей за оказанные услуги (относится к отдельным интерактивным сервисам);

– на обеспечение электронного документооборота.

3. В Обществе должна быть обеспечена работа следующих интерактивных сервисов:

– официальный сайт;

– ЛКК;

- электронная почта;
- терминалы;
- аккаунт в социальных сетях;
- российские мессенджеры (официальные каналы).

4. Дистанционное обслуживание направлено:

- на предоставление информационно-консультационного обслуживания по вопросам, связанным с предоставлением услуг, продажей товаров и коммерческих сервисов, которые относятся к компетенции Общества;
- на оформление заявки и (или) заявления от Клиента по сложным вопросам, в том числе жалоб (претензий);
- на информационный обмен между Обществом и Клиентом.

4.1. Дистанционное обслуживание осуществляется посредством использования:

- телефонной связи;
- почтовой связи;
- электронной почты;
- ЛКК;
- электронного документооборота;
- книги отзывов и предложений.

4.2. Телефоны контакт-центра: бесплатный для клиента 8-800-222-49-02, альтернативный для клиентов-физических лиц (3822) 75-00-75, альтернативный для клиентов-юридических лиц (3822) 63-00-00, телефон для заказа дополнительных платных сервисов (3822) 400-100, телефоны на участках Отделений Общества, факс, короткие сообщения-sms, автоответчик, IVR;

4.3. Почта (почтовая переписка, электронная почта, в том числе в Интернет-приёмной по электронным адресам: [kancel@tomskenergoby.ru](mailto:kancel@tomskenergoby.ru), [secretar@tomskenergoby.ru](mailto:secretar@tomskenergoby.ru), [lk\\_k\\_fl@tomskenergoby.ru](mailto:lk_k_fl@tomskenergoby.ru), [lk\\_k\\_ul@tomskenergoby.ru](mailto:lk_k_ul@tomskenergoby.ru).);

4.4. Единый личный кабинет для физических лиц <https://my.tomskenergoby.ru>, личный кабинет для юридических лиц <https://lk.tomskenergoby.ru>.

4.5. Контакт-центр и диспетчерская служба представляют службы, обратившись в которые, по телефону клиент может быстро получить ответ на интересующий вопрос по теме энергоснабжения, информацию по услугам, узнать причину поставки

некачественной электроэнергии или прекращения поставки электроэнергии, а также передать необходимую информацию, оставить предложение, жалобу.

4.5.1. Контакт-центр и диспетчерская служба осуществляют обработку входящих вызовов с информированием клиента. При исходящем вызове возможен уточняющий запрос данных от клиента.

4.1.2. Специалисты контакт-центра совершают обзвон клиентов с целью информирования об имеющейся задолженности и последствиях при отсутствии оплаты, необходимости произвести оплату накопившейся задолженности.

4.1.3. Диспетчерской службой обрабатываются обращения по вопросам поставки и качества электрической энергии или прекращения её поставок, а также оповещения клиентов о причинах поставки некачественной электрической энергии или прекращения поставки электрической энергии, связанных с проведением плановых (ремонтных) работ или вводом аварийных ограничений, их причинах и ориентировочных сроках продолжительности.

4.1.4. Устанавливаются следующие параметры деятельности контакт-центра и диспетчерской службы: звонок по телефону 8-800-222-49-02 бесплатен для клиента. Звонки по телефонам (3822) 75-00-75, (3822) 63-00-00 и (3822) 400-100 тарифицируются в соответствии с условиями оператора связи клиента.

4.1.5. Приём вызовов специалистами Контакт-центра, диспетчерской службы должен осуществляться в удобное для клиента время, перерыв не может быть у всех специалистов, принимающих звонки, одновременно. График телефонного обслуживания в офисах АО «Томскэнергосбыт» на территории Томской области должен совпадать с графиком работы центров очного обслуживания клиентов, в иное время обеспечена работа автоответчика.

4.1.6. Контакт-центр должен принимать звонки от клиентов по вопросам расчётов 6 дней в неделю, рабочее и вечернее время (с 8.00 до 20.00 в рабочие дни, в субботу с 9.00 до 19.00). Диспетчерская служба должна предоставлять информацию, входящую в компетенцию службы, с 6.00 до 22.00 ежедневно.

4.1.7. Для контроля качества обслуживания клиентов осуществляется запись разговоров, о которой клиент предупреждается в начале телефонного разговора.

4.1.8. Для оптимизации деятельности и учёта эффективности работы специалистов Контакт-центра и диспетчерской службы необходимо использование:

- оборудования, позволяющего во время соединения клиента со специалистом Контакт-центра автоматически производить регистрацию звонка по теме обращения;
- системы сбора статистики о работе операторов служб.

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

4.5.10. Для контакт-центра должно быть обеспечено наличие автоответчика, принимающего сообщения от клиентов в дни приёма показаний в нерабочие часы Контакт-центра (с 20.00 до 8.00);

4.5.11. Должна быть обеспечена звуковая изоляция специалистов, специалисты должны быть обеспечены гарнитурами (наушники с микрофоном).

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

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

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

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

## ***Раздел 2. Организация обработки обращений***

1. Приём звонков осуществляют специалист Контакт-центра и диспетчерской службы в городе Томске и специалисты Отделений.

2. Приём звонков от клиентов осуществляется специалистом, для которого приём телефонных звонков является первостепенной задачей, переключение на узких специалистов для ответа на вопросы клиента осуществляется по внутренней связи, звонок возвращается, если специалист, на которого был переведён вызов, на него не ответил.

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

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

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

6. Все заочные обращения, поступающие в адрес компании, регистрируются и обрабатываются. В отдел маркетинга предоставляется информация о количестве и тематике обращений.

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

- вопросы по основной деятельности предполагают полную отработку вопроса;
- вопросы по дополнительной деятельности – частичную отработку и предоставление необходимых контактов;
- вопросы по деятельности других организаций не связанные с основной деятельностью АО «Томскэнергосбыт» (сети, УК, аварийные службы и т.д.) – предоставление контактов;
- иные вопросы, не связанные с деятельностью АО «Томскэнергосбыт», – вежливый твёрдый отказ.

8. Все обращения по телефону записываются, и их запись хранится в течение 60 календарных дней.

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

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

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

11.1 При функционировании IVR клиенту обеспечивается возможность:

- набрав номер телефона, попасть в главное меню, откуда посредством голосовых команд перейти в интересующие подменю;
- вернуться на предыдущий уровень меню или связаться со специалистом Контакт-центра;
- в случае, если возникли сложности с передачей голосовых команд, дожидаться ответа специалиста Контакт-центра.

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

11.3 Время ожидания ответа специалиста Контакт-центра не должно превышать 40 секунд, за исключением случаев пиковой нагрузки в связи с чрезвычайными событиями, когда время ожидания ответа не должно превышать 3 минуты.

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

Параметр	Требование
Уровни вложения	4+1 (пятый уровень – соединение со специалистом Контакт-центра)
Позиции на уровне	Не более 7 позиций
Время предоставления информации на уровне	не более 60 секунд
Время ожидания соединения со специалистом Контакт-центра	не более 60 секунд

### ***Раздел 3. Алгоритм обработки обращений клиентов***

1. Специалистом компании производится регистрация и обработка обращения.
2. Ответ на обращение готовит сотрудник, назначенный руководителем.
3. Ответ на каждое полученное письмо клиента, содержащий результаты рассмотрения обращения, направляется не позднее 30 дней со дня регистрации (в случае поступления обращения по качеству и надёжности поставляемой электроэнергии ответ на обращение направляется не позднее 15 дней с даты регистрации обращения). Ответ на обращение направляется в форме электронного документа по адресу электронной почты, указанному в обращении, поступившее в форме электронного документа, или по адресу (уникальному идентификатору) личного кабинета гражданина при его использовании или в письменной форме по почтовому адресу, указанному в обращении, поступившему в письменной форме. В случае, если клиент в своём обращении укажет иной способ получения ответа, отличный от способа направления обращения, тогда такой ответ на обращение направляется также способом, указанным клиентом.
4. В случае необходимости ответ оформляется в печатном виде на фирменном бланке компании, подписывается должностным лицом, ответственным за работу с клиентами, содержит ответ по существу обращения клиента и контактные данные исполнителя. Ответ направляется по тому же каналу связи, которым было получено обращение, либо по указанному клиентом в обращении.
5. Действия по рассмотренному заявлению не производятся, с уведомлением об этом клиента, в случаях:
  - если письменное обращение содержит нецензурные, либо оскорбительные выражения, угрозы жизни, здоровью и имуществу специалиста компании, а также членов его семьи;
  - если текст письменного обращения не поддаётся прочтению;
  - если в письменном обращении клиента содержится вопрос, на который клиенту уже был предоставлен ответ по существу в связи с ранее направляемыми обращениями, и при этом в обращении не приводятся новые доводы или обстоятельства; клиенту сообщается, что ранее был дан ответ на вопрос и сослаться на № исх. письма;
  - если ответ по существу поставленного в обращении вопроса не может быть дан без разглашения сведений, составляющих коммерческую тайну.

6. Заявление клиента не рассматривается и ответ на обращение не даётся в случае, если в письменном обращении не указаны фамилия гражданина, направившего обращение, или почтовый адрес, по которому должен быть направлен ответ.

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

<b>Форма взаимодействия</b>	<b>Критерий</b>	<b>Параметр (предельное значение)</b>
<b>Контакт-центр</b>		
Телефонное обслуживание клиента специалистом	Время ожидания ответа	40 секунд
	Запрос и поиск информации о клиенте	45 секунд
	Предоставление информации по запросу (за исключением сложных вопросов)	5 минут
	Постобработка обращения	5 минут
	Время ответа на сложный вопрос (необходимо перезвонить клиенту)	В течение рабочего дня или по согласованию с клиентом, но не позднее 5 рабочих дней.
Телефонное обслуживание клиента специалистом	Соединения со специалистом	40 секунд
	Предоставление информации специалистом (за исключением сложных вопросов)	5 минут
<b>Почта</b>		
Обработка обращения специалистом	Регистрация, классификация обращений и передача обращения специалисту	не более 1 дня
	Рассмотрение обращения и оформление ответа или промежуточного ответа	не более 10 дней
	Рассмотрения обращения с ответом по существу	не более 30 дней со дня поступления обращения

## **Глава 5. Организация виртуального (интерактивного) обслуживания**

### **Раздел 1. Организация инфраструктуры интерактивного обслуживания**

1. Интерактивное обслуживание организуется на базе Интернет-приёмной, официального сайта компании, а также через Единый личный кабинет для физических лиц, личный кабинет на официальном сайте компании для юридических лиц.

2. Компания определяет постоянных специалистов, ответственных за информационную поддержку Интернет-приёмной и обращений, поступающих через

Единый личный кабинет и личный кабинет для юридических лиц на официальном сайте компании.

3. Интерактивное обслуживание обеспечивает:

- возможность предоставления справочной информации большому количеству клиентов;
- дополнительный способ взаимодействия с компанией клиентов, имеющих доступ в сеть Интернет;
- оперативное информирование клиентов о новостях компании, изменениях в ценовой политике, изменении перечня предоставляемых услуг;
- возможность оперативной оценки и внесения предложений по вопросам взаимодействия с клиентами;
- круглосуточное автоматическое самостоятельное обслуживание клиентов по Интернет-сервисам, работающим в автономном режиме;
- требование законодательства в части раскрытия информации для клиентов и акционеров.

3.1. Официальный сайт Общества должен размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и оформлен в корпоративном стиле в соответствии с утверждённым брендбуком.

3.2. Клиенты должны иметь возможность ознакомления с информацией, размещённой на официальном сайте с использованием распространённых веб-браузеров, не требующих дополнительной установки на компьютеры или мобильные устройства Клиента, специально созданных программных или технологических средств.

3.3. Официальный сайт Общества должен быть представлен в версии для ПК, а также адаптирован для просмотра с мобильных устройств.

3.4. Общество должно обеспечить «Доступную среду» для лиц с ограниченными возможностями здоровья в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» посредством версии официального сайта Общества для слабовидящих. Кнопка для перехода на версию сайта для слабовидящих должна располагаться в доступном и удобном месте на главной странице официального сайта.

3.5. Функциональность официального сайта любой из указанных версий должна соответствовать требованиям, указанным в Методике МТ-237-2 «Требования к обслуживанию клиентов розничных активов Группы». Все разделы на сайте должны

быть структурированы для управления клиентскими потоками с целью увеличить взаимодействие с клиентом в онлайн-сервисах и размещены в соответствии с частотностью посещений и запросов.

3.6. На официальном сайте Общества должен быть структурированный раздел со способами решения вопросов. Структура должна быть сформирована по действующему функционалу (передача показаний, оплата и т.д.) со способами выполнить то или иное действие с приоритизацией на онлайн-каналы.

3.7. На страницах с действующим функционалом (передача показаний, оплата и т.д.) необходимо описать все способы решения вопросов клиента с приоритизацией онлайн-каналов.

3.8. Страницы с содержанием контактных телефонов, адресов ЦОК и графика работы ЦОК должны содержать ссылки на структурированные разделы с онлайн-сервисами.

3.9. На официальном сайте должна быть размещена следующая информация:

- а) полное наименование юридического лица;
- б) идентификационный номер налогоплательщика;
- в) основной государственный регистрационный номер;
- г) номер (номера) телефонов и адрес электронной почты, с использованием которых Клиенты могут обратиться в Компанию по вопросам, связанным с ресурсоснабжением, коммерческим услугам или другим вопросам в рамках компетенции Общества.
- д) почтовый адрес (почтовые адреса) для получения почтовых отправлений от Клиентов;
- е) адреса ЦОК, а также адреса мест, в которых возможно внесение платы по договору ресурсоснабжения непосредственно Общества без оплаты комиссии;
- ж) банковские реквизиты для оплаты услуг Общества, в том числе с указанием наименований банков, их банковских идентификационных кодов и номеров расчётных счетов;
- з) способы (виды) заочного обслуживания Клиентов;
- и) график обслуживания Клиентов в ЦОК и заочного обслуживания Клиентов с использованием телефонной связи;

к) порядок подачи обращений, в том числе заявлений, сообщений, информации, жалоб (претензий), на действия Общества;

л) каталог сервисов и услуг (в том числе платных), доступных для заказа Клиентом;

м) ссылки на все социальные сети Общества.

3.10. На официальном сайте должен быть размещён раздел (разделы), содержащий нижеперечисленную информацию и ссылки на формы (бланки) для письменного обращения:

а) перечень документов, необходимых для заключения договора ресурсоснабжения, порядок его заключения, а также способ получения информации о состоянии процесса заключения договора;

б) порядок расчёта стоимости услуг по договору ресурсоснабжения с указанием порядка расчёта стоимости услуг по передаче электрической энергии (если продажа электрической энергии осуществляется на основании договора энергоснабжения);

в) сведения о действующих тарифах на энергоресурсы (если в соответствии с законодательством РФ продажа энергоресурсов осуществляется по тарифам), тарифах на услуги по передаче электрической энергии и льготах, а также порядок применения указанных тарифов и льгот;

г) порядок определения и применения цен (тарифов) на энергоресурсы для каждой из обслуживаемых (планируемых к обслуживанию) категорий Клиентов, а также порядок смены Клиентами ценовой категории (варианта тарифа), изменения цены на электрическую энергию (мощность) или другой энергоресурс;

д) порядок оплаты по договору ресурсоснабжения;

е) последствия нарушения обязательств по оплате договора ресурсоснабжения электрической энергии в виде введения полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии, а также способ получения информации по запросу Клиентов о размере задолженности по оплате электрической энергии (мощности);

ж) последствия бездоговорного и безучётного потребления энергоресурсов;

з) порядок оснащения энергопринимающих устройств приборами учёта энергоресурсов, порядок снятия и передачи показаний приборов учёта, информация о лицах (наименованиях организации), на которые возложены обязанности по обеспечению осуществления указанных функций, а также информация о последствиях вывода из строя приборов учёта, либо отсутствия приборов учёта;

и) расчётные способы определения объёма потреблённой электрической энергии (мощности) и основания их применения и других энергоресурсов;

к) формы договоров, обеспечивающих продажу электрической энергии (мощности), в отношении каждой категории потребителей с приложением копии документа о направлении в адрес территориального органа (органов) федерального антимонопольного органа указанных форм в порядке, предусмотренном Основными положениями функционирования розничных рынков электрической энергии;

л) формы договоров, обеспечивающих поставку энергоресурсов, в отношении каждой категории потребителей.

м) каталог сервисов и услуг Общества (в том числе платных), доступных для заказа Клиентом;

н) ссылки на все социальные сети Общества.

3.11. В общем доступе на официальном сайте Общества должна быть размещена:

– виртуальная приёмная для ведения диалога Общества с Клиентом, содержащая несколько страниц, запрограммированных для исполнения функций, связанных с приёмом обращений и заявлений Клиентов, а также размещения справочной информации;

– информация о горячей линии ПАО «Интер РАО» для направления информации о фактах негативно влияющих на сохранность активов компаний Группы, эффективность их использования, репутацию или иным образом противоречащим интересам Группы.

3.12. Перебои в работе официального сайта Общества, препятствующие возможности ознакомиться с информацией, размещённой на официальном сайте, в дневное время (с 7 часов утра до 23 часов вечера по местному времени в зоне обслуживания Клиентов), допустимы не более 3 раз в месяц суммарной длительностью перерывов в работе официального сайта, не превышающих 12 часов, за исключением случаев перебоев в работе указанного сайта, связанных с наступлением обстоятельств непреодолимой силы.

3.13. В случае возникновения перебоев в работе официального сайта Общество должно в течение 2 часов с момента возобновления доступа размещать на нем информацию о причине, дате и времени прекращения и возобновления доступа к

официальному сайту. Данная информация размещается новостной ленте и в специальном разделе на официальном сайте.

4. Для корректного размещения информации в целях исполнения настоящих требований необходимо соблюдать следующие рекомендации:

4.1. При перечислении адресов необходимо указать почтовый адрес, добавив соответствующее слово рядом с указанием.

4.2. При указании способа получения информации (о стадии заключения договора, о задолженности) необходимо предусмотреть описание алгоритма для Клиента, а именно что ему требуется сообщить для получения информации (номер договора, входящий номер заявления, ИНН или др.).

4.3. Если при исполнении требования об указании адресов ЦОК предусмотрена переадресация на список действующих офисов, в которых в дальнейшем будут организованы ЦОК, в списке напротив наименования офиса должно содержаться указание в скобках «(Центр очного обслуживания)».

4.4. В разделах «Порядок подачи обращений», «Способ получения информации» и иных разделах, должны быть размещены бланки заявлений (на 1 странице с указанием полей и сведений, о причинах обращения, о способе получения ответа на обращение (на e-mail, факс, почта), с указанием на приложения и пр. реквизиты).

4.5. В разделе «Порядок подачи обращений» исключить указание на адреса, телефонные номера, сайты и пр. государственных органов, осуществляющих контрольные функции.

4.6. При перечислении нескольких способов обращений необходимо подтвердить осуществление регистрации обращений, поступивших указанными способами (включая Книгу жалоб и предложений) для последующего рассмотрения.

4.7. При указании последствий нарушения обязательств по оплате в виде ограничения, необходимо:

- указать порядок ограничения/приостановления энергоснабжения в соответствии с ПП 442/ПП 354;

- указать на право инициатора предъявить требование о компенсации расходов (со ссылкой на п.20 Правил ограничения, утв. ПП 442);

- разместить ссылку на подразделы о способах оплаты и способах получения информации о задолженности.

4.8. При указании о последствиях бездоговорного потребления необходимо привести раздел в соответствие с требованиями ПП 354 в отношении электроустановки физических лиц, потребляющих энергию на коммунально-бытовые нужды.

4.9. В разделе о снабжении электрической энергией необходимо размещать информацию о плановых/аварийных отключениях. В случае реализации способа уведомления об ограничении в связи с неисполнением обязательств по оплате посредством публикации на сайте необходимо разместить ссылку на раздел «Порядок подачи обращений».

4.10. В перечне документов для заключения договора должно быть указано на необходимость предоставления копии действующего договора на осуществление технического присоединения в случае заключения договора до выполнения фактического технического присоединения (ПП 95 от 10.02.2014).

4.11. Раздел о порядке оснащения приборами учёта должен содержать информацию в соответствии с ПП 442. Обязательно должна быть размещена информация о порядке согласования места установки, допуска в эксплуатацию, ответственных лиц за оснащение ПУ, предоставление доступа для допуска в эксплуатацию, сохранности установленного ПУ, срока снятия и передаче показаний.

4.12. При указании в качестве телефонов для связи телефоны всех клиентских офисов необходимо установить и при подтверждении выполнения указать на возможность обслуживания по данным каналам отдельных категорий Клиентов в соответствии с графиком заочного обслуживания (не менее 10 часов в сутки). Допустимо оставить ссылку на телефон контакт-центра.

4.13. При размещении текста размером до  $\frac{3}{4}$  листа А4 после клика информация должна появляться на той же странице ниспадающим списком/текстом/картой.

4.14. При размещении объёмного текста, более  $\frac{3}{4}$  листа А4, необходимо выделить абзацы, заголовки, в том числе при указании информации для разных категорий Клиентов. Рекомендуется заменять объёмный текст схемами/рисунками/таблицами.

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

5. Интернет-ресурсы компании должны предоставить клиенту набор сервисов, максимально приближенный к набору сервисов, доступных при очном обслуживании:

- 1) регистрация пользователей должна осуществляться автоматически;
- 2) в обязательном порядке должны функционировать следующие сервисы:
  - передача сведений о показаниях приборов учёта;
  - выставление счетов на оплату электрической энергии, сервис позволяет сформировать и распечатать квитанцию;
  - внесение оплаты по договору энергоснабжения без комиссии;
  - приём обращений, жалоб, предложений, сервис позволяет оставить сообщение специалистам компании, отправить электронное письмо с прикрепленным файлом из личного кабинета;
  - просмотр персональной информации по лицевому счёту о: тарифах для клиента, показаниях прибора учёта, состоянии лицевого счёта, истории платежей (дата, сумма платежа), задолженности.
- 3) Рекомендуется наличие на сайте сервисов, позволяющих направить заявку:
  - на заключение договора энергоснабжения;
  - на получение дополнительных услуг.

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

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

## ***Раздел 2. Требования к обслуживанию в ЛКК***

1. Обслуживание в ЛКК предоставляется для всех категорий Клиентов по информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
2. ЛКК должен быть размещён на официальном сайте Общества в сети «Интернет» и предоставлять Клиентам обслуживание в режиме онлайн.
3. ЛКК должен быть доступен для всех категорий Клиентов как версии для ПК, так и адаптированной для просмотра с мобильных устройств.
4. Общество должно обеспечить «Доступную среду» для лиц с ограниченными возможностями здоровья к ЛКК посредством создания версии для слабовидящих.
5. Функциональность и качество обслуживания в любой версии ЛКК должны

соответствовать требованиям настоящего Стандарта.

6. ЛКК должен обеспечивать конфиденциальность персональных данных в соответствии с Федеральным законом от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных», а именно:

- обязательное получение согласия на обработку персональных данных от клиента при регистрации в ЛКК ФЛ;

- обязательное получение согласия на обработку персональных данных от клиентов, зарегистрировавшихся в предыдущих версиях ЛКК без получения от них согласия на обработку персональных данных;

- использование полученной информации в соответствии с Федеральным законом;

- обработку полученной информации в полном соответствии с политикой обработки персональных данных, предусмотренных Федеральным законом;

- сохранение конфиденциальности полученной информации в соответствии с условиями, предусмотренными указанным Федеральным законом;

- хранение информации о получении согласия Клиента на обработку персональных данных

- согласие и отказ от рекламной и информационной рассылки должны быть в интерфейсе визуализируемые для Клиента в явном виде.

6.1. Защита ЛКК от несанкционированного доступа к данным должна быть реализована как программными средствами (в том числе средствами идентификации и аутентификации), так и аппаратными средствами, в том числе смежными системами, в соответствии с корпоративными требованиями Группы.

6.2. Доступ к ЛКК должен осуществляться после прохождения Клиентом в установленном порядке регистрации и идентификации.

6.3. Регистрация и идентификация для Клиентов из числа физических лиц должны быть с использованием мобильного номера телефона и адреса электронной почты Клиента. При регистрации указанные контактные данные должны подтверждаться через направление Клиенту смс-кода или ссылки на электронную почту. Идентификация Клиента по мобильному телефону является обязательной.

6.4. Регистрация и идентификация для Клиентов из числа юридических лиц должны быть с использованием адреса электронной почты. Подтверждением полномочий представителя Клиента является письмо потребителя электроэнергии, в

котором должна быть отражена следующая информация – номер договора энергоснабжения, ФИО полномочного представителя, его должность, адрес электронной почты (данное требование не относится к клиентам сегмента B2B2C).

6.5. Доступ Клиентов может осуществляться с использованием федеральной государственной информационной системы «Единая система идентификации и аутентификации в инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме» в случае присоединения интеграции ИС Общества к такой ИС на основании ПП РФ от 22.12.2021 № 1382.

6.6. Клиент должен иметь возможность изменить пароль входа в ЛКК, а также восстановить пароль.

6.7. Порядок регистрации и идентификации должен быть размещён на официальном сайте Общества в сети «Интернет» или размещена ссылка на данную информацию.

6.8. В ЛКК, в отношении договора оказания услуг, должна быть отражена следующая информация:

- реквизиты договора оказания услуг;
- номер лицевого счета;
- цена (тариф) по договору оказания услуг (в части договора, обеспечивающего продажу электрической энергии (мощности) на розничном рынке должен быть указан отдельно тариф на услуги по передаче электрической энергии);
- задолженность по оплате услуг;
- сведения о расчётных (контрольных) приборах учёта по указанному договору, в том числе информация о местах установки приборов учёта и сведения об ответственном лице за его эксплуатацию (в части договора ресурсоснабжения).

6.9. К основным функциональным задачам ЛКК относятся:

а) заключение договора на оказание услуг и предоставление коммерческих сервисов;

б) изменение условий договора на предоставление услуг ресурсоснабжения, в том числе изменение цены (тарифа) на электрическую энергию (мощность) (требование относится к энергосбытовым компаниям);

в) передача показаний расчётных (контрольных) приборов учёта ресурсоснабжения, в том числе приборов учёта электрической энергии в случаях, предусмотренных законодательством РФ и договором, обеспечивающим продажу электрической энергии (мощности) на розничном рынке (требование относится к энергосбытовым компаниям);

г) оплата услуг по договору ресурсоснабжения (требование относится к энергосбытовым компаниям) или коммерческих услуг, а также оплата за приобретённый товар;

д) уведомление Клиента по вопросам ресурсоснабжения, в том числе по дебиторской задолженности и другим вопросам, влияющим на исполнение условий договора ресурсоснабжения (требование относится к энергосбытовым компаниям);

е) ведение нескольких договоров ресурсоснабжения и (или) ЛС с возможностью управления ими (требование относится к энергосбытовым компаниям);

ж) просмотр информации по договору ресурсоснабжения, в том числе просмотр истории событий по ЛС (история счетов, оплат, показаний, текущего баланса) и потреблении (статистических, фактических) (требование относится к энергосбытовым компаниям);

з) подача претензий (жалоб) на неисполнение или на ненадлежащее исполнение условий договора оказания услуг и коммерческих сервисов, а также на ненадлежащее качество обслуживания;

и) получение консультации по вопросам услуг и коммерческих сервисов или приобретения товара, в том числе размещение Справочника Клиента;

к) оформление заказа на коммерческие сервисы или приобретение товара;

л) информирование Клиента по вопросам оказания услуг, коммерческих сервисов и товаров, реализуемых в Обществе или партнёрским программам;

м) управление профилем Клиента;

н) проведение анкетирования и онлайн-опросов Клиентов.

6.10. В ЛКК должна отображаться история взаимодействия с Клиентом через все каналы коммуникации:

– обращение Клиента через все КК, статус обращения и предоставленные ответы;

– уведомление Клиента по вопросам оказания услуг, коммерческих сервисов и приобретения товаров, влияющих на исполнение условий договора, дата уведомления и прочтения текста.

Срок хранения истории обращений и ознакомления с уведомлениями не должен составлять менее 12 месяцев, конечный срок хранения информации определяет Общество.

6.11. Для централизованного администрирования и настройки ЛКК должен быть обеспечен Кабинетом Администратора со следующим функционалом:

- управление пользователями «Кабинета Администратора»;
- управление контентом, в т.ч. управление баннерами и ссылками, управление услугами, управление дополнительными настройками;
- управление часто задаваемыми вопросами и ответами (управление Справочником Клиента);
- управление уведомлениями.

## 7. Автоинформирование:

7.1. Система автоинформирования клиентов предназначена для доведения типовой информации.

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

- изменении перечня предоставляемых услуг;
- истечении срока МПИ;
- напоминании о необходимости произвести оплату накопившейся задолженности с адресным сообщением суммы долга.

## 7.2. Требование к системе автоинформирования:

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

– переключение на специалиста Контакт-центра (только для телефонного информирования).

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

7.4. Автоинформирование клиентов может производиться по следующим каналам:

- Телефон;
- E-mail (электронная почта);
- SMS;
- ЛКК.

7.5. Система телефонного автоинформирования имеет возможность проигрывания звуковых файлов, а также воспроизведения числовой информации, например, денежные величины, время, дата, количество, телефонный номер и т.д. Автоинформирование проводится среди клиентов, которые добровольно предоставили номера телефонов для получения дополнительной информации. Автоинформирование о задолженности проводится среди всех клиентов в соответствии с правом поставщика коммунальных услуг на информирование о задолженности в соответствии с п.32, пп. «е» (3) «Правил предоставления коммунальных услуг собственникам коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов», утверждённым Постановлением Правительства РФ от 27.08.2012 N 857.

7.6. SMS-автоинформирование проводится среди клиентов, которые добровольно предоставили номера сотовых телефонов для получения дополнительной информации, соответствующая запись делается в программном продукте.

7.7. E-mail-автоинформирование проводится среди клиентов, которые добровольно предоставили адреса электронной почты для получения дополнительной информации.

### ***Раздел 3. Организация обработки обращений***

1. Интерактивное обслуживание клиентов ведётся по следующим направлениям:
  - запрос справочной информации;
  - запрос на оказание / изменение услуг.

2. Интерактивными средствами предоставления справочной информации клиенту являются:

- интернет-приёмная (обслуживание ведёт ответственный специалист службы заказчика);
- личный кабинет (обслуживание физических лиц ведёт ответственный специалист Контакт-центра, юридических лиц – отдел клиентского обслуживания юридических лиц);
- системы автоинформирования.

3. Для предоставления справочной информации на официальном сайте компании в разделе «Интернет-приёмная» организуется раздел «Вопросы-ответы».

4. Клиент может получить ответ на запрос справочной информации следующими способами:

- самостоятельно, посмотрев информацию в разделе «Вопросы-ответы», в котором содержатся ответы на часто задаваемые вопросы;
- задав вопрос специалисту компании.

5. Самостоятельный поиск интересующей информации осуществляется клиентом:

- вручную, методом прямого просмотра всех представленных в Интернет-приёмной вопросов / ответов;
- автоматическим поиском по базе данных вопросов / ответов по ключевому слову.

6. Если клиент не смог найти ответ на интересующий его вопрос среди имеющихся в базе, то он может отправить вопрос специалисту компании.

7. Вопрос специалисту компании клиент может задать, заполнив автоматизированную форму на сайте.

8. Специалист компании (специалист контакт-центра) производит рассмотрение писем:

8.1. Если вопрос, заданный клиентом, не относится к сфере предоставления услуг компании, специалист направляет ответ с благодарностью за заданный вопрос и уведомлением, что ответ не может быть предоставлен, поскольку вопрос не относится к деятельности компании.

8.2. Если вопрос, заданный клиентом, относится к типовым вопросам, специалист отвечает на вопрос и рекомендует воспользоваться разделом «Часто задаваемые вопросы».

8.3. Если вопрос, заданный клиентом, выходит за рамки компетенции администратора, то вопрос переадресовывается соответствующему специалисту компании по направлению для подготовки ответа.

9. Специалист компании по направлению в течение 2-х рабочих дней, следующих за днём, когда получен вопрос, направляет администратору ответ. В случае, когда подготовка ответа по существу требует большего времени, специалист по направлению в течение 2-х рабочих дней направляет администратору промежуточный ответ. Ответ по существу обращения должен быть направлен не позднее 30 дней со дня получения вопроса.

10. Если ответ на вопрос клиента не может быть предоставлен в течение этого же рабочего дня, специалист направляет клиенту уведомление об этом, с указанием сроков получения ответа.

11. Специалист направляет ответы на все поступающие вопросы клиентов. Ни один вопрос не остаётся без ответа.

12. Системы автоинформирования предназначены для предоставления информации клиенту без предварительного запроса.

13. Перечень информации для автоинформирования и список клиентов для информирования формируется специалистами офисов и утверждается руководителем и направляется ответственному специалисту в службу заказчика для запуска.

14. В случае необходимости изменения услуг клиент обращается к разделу «Центр обслуживания клиентов» / «Сервисы» / «Оформить заявку».

15. Подать заявку клиент может путём заполнения автоматизированной формы.

16. После того, как клиент отправил заявку, он получает сообщение о том, что с ним свяжется специалист. В течение 1-го рабочего дня специалист уточняет детали и сроки по поступившей заявке, после чего осуществляет звонок клиенту по указанному им номеру телефона, в котором клиенту выражается благодарность за обращение, а также уточняется, что заявка будет рассмотрена в течение 3-х рабочих дней, после чего с ним свяжется специалист компании.

17. Заявки на оказание дополнительных услуг от клиентов компании автоматически поступают по телефону 8 (3822) 400-100, по специальной форме заявки на сайте <https://tomskenergobyт.ru>, а также электронный адрес специалисту, ответственному за маршрутизацию заявок.

18. Специалист, ответственный за маршрутизацию заявок, проверяет полноту предоставленных в заявках сведений, если имеются недостающие данные, связывается с клиентом по одному из указанных адресов с целью уточнения информации.

19. Если клиентом предоставлены верные данные, то специалист, ответственный за маршрутизацию заявок, перенаправляет заявки соответствующим специалистам компании.

20. Специалист связывается с клиентом для согласования времени принятия дальнейших действий по заявке.

21. В случае возникновения претензий клиент обращается к разделу «Интернет-приёмной» «Обращения, жалобы».

21.1. Для подачи жалобы клиенту необходимо заполнить предложенную на веб-сайте форму.

22. После отправки клиентом обращения / жалобы, на указанный им адрес электронной почты уходит письмо, автоматически сформированное Mail-роботом, в котором клиенту выражается благодарность за обращение, а также сообщается, что обращение / жалоба будет рассмотрена, после чего с ним свяжется специалист компании.

23. Все жалобы от клиентов компании автоматически поступают на электронный адрес специалисту службы заказчика, ответственному за маршрутизацию жалоб / обращений.

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

25. Если данные клиента предоставлены верно и в полном объёме, специалист службы заказчика перенаправляет жалобы для рассмотрения.

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

<b>Форма взаимодействия</b>	<b>Критерий</b>	<b>Требования</b>
<b>Интернет-приёмная</b>		
Интернет-приёмная	Уровни вложения	не более 5 минут
<b>E-mail</b>		
Mail-робот	Автоматическая обработка и ответ на обращение	не более 1 минуты
<b>Автоинформирование</b>		
По телефону	Продолжительность информирования	1 минута
	Промежуток между «положительным» звонком и последующим	7 дней
	Промежуток между «отрицательным» звонком и последующим звонком	2 часа (до положительного результата)
E-mail	Периодичность рассылки до «положительного» результата	7 дней
SMS	Длина сообщения	160 символов
	Периодичность рассылки	1 день (с 10.00 до 21.00)

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

<b>Форма взаимодействия</b>	<b>Критерий</b>	<b>Параметр (предельное значение)</b>
<b>Интернет-приёмная</b>		
Интернет-приёмная	Обновление информации в случае изменения	не более 1 дня
<b>E-mail</b>		
Обработка обращения специалистом	Рассмотрение обращения и оформление ответа (или промежуточного ответа)	не более 30 дней

## **Глава 6. Требования к организации обратной связи с клиентами**

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

2. По отношению клиента и компании обратная связь подразделяется на:

- активную (клиент является инициатором обратной связи);
- пассивную (компания обращается к клиенту для выяснения степени удовлетворённости обслуживанием).

3. По способу выражения обратная связь подразделяется на:

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

4. Обратная связь осуществляется по следующим каналам связи:

- устные и письменные обращения клиентов в центрах очного обслуживания клиентов и пунктах приёма клиентов (включая записи в книге отзывов и предложений);
- телефонные обращения;
- почта;
- Интернет-приёмная и личный кабинет;
- электронная почта;
- автоответчик.

5. Обращение клиента по таким интерактивным каналам связи, как интернет-приёмная, личный кабинет, системы автоинформирования, является бесплатным.

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

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

8. Алгоритм работы по рассмотрению обращений / жалоб клиентов регламентируется соответствующим документом и должен включать в себя следующие этапы:

- регистрация обращения / жалобы;

- сбор дополнительной информации, анализ обстоятельств;
  - принятие мер по обращению / жалобе.
9. Пассивная обратная связь осуществляется посредством опросов (анкетирование / интервьюирование):
- письменных в центрах очного обслуживания клиентов и пунктах приёма клиентов;
  - по телефону;
  - в Интернет-приёмной и (или) личном кабинете;
  - посредством системы E-mail-автоинформирования.
10. Для проведения опросов формулируется цель исследования и составляется анкета с вопросами в простой и доступной для клиента форме.
11. После подсчёта результатов составляются отчёты для руководства компании и других заинтересованных сторон.
12. Требования к временным параметрам для различных форм взаимодействия с клиентами в зависимости от направленности обратной связи:

<b>Форма связи с клиентом</b>	<b>Направленность</b>	<b>Срок принятия мер/частота проведения опросов</b>
<b>Очное</b>		
Устная в центрах очного обслуживания клиентов	активное	10 дней
Письменная в центрах очного обслуживания клиентов и пунктах приёма клиентов (включая книгу жалоб)	активное / пассивное	от 10 до 30 дней / не чаще 1 раза в 3 месяца и не реже 1 раза в год
<b>Заочное</b>		
Телефонное обращение	активное	от 10 до 30 дней
Телефонное обращение	пассивное	не чаще 1 раза в месяц
Почтовое обращение	активное	от 10 до 30 дней
<b>Интерактивное</b>		
Посредством Интернет-приёмной и (или) личного кабинета	активное / пассивное	от 10 до 30 дней / не чаще 1 раза в 3 месяца и не реже 1 раза в год
По электронной почте	активное	не чаще 1 раза в год
Автоответчик	активное	10 дней
Системы автоинформирования	пассивное	не чаще 1 раза в 3 месяца и не реже 1 раза в год

## **Глава 7. Организация самообслуживания**

1. При организации самообслуживания должна быть обеспечена возможность воспользоваться услугами без посещения центров очного обслуживания клиентов и пунктов приёма клиентов компании (на территории офисов иных организаций), без обращения к специалисту на территории офисов компании.

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

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

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

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

- на территории офисов обслуживания компании;
- на территории офисов иных компаний.

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

7. Перечисление денежных средств на счёт АО «Томскэнергосбыт» при приёме платежей рекомендуется в день оплаты клиентом.

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

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

## **Глава 8. Этика обслуживания клиентов**

### ***Раздел 1. Общие принципы делового этикета***

1. Правила делового этикета не абсолютны – они рассчитаны на то, что в каждом конкретном случае их применяют исходя из ситуации. Неизменным в любой ситуации остаётся уважение к клиенту, здравый смысл и рациональность поведения специалиста. Специалист в своём лице представляет компанию и отношение компании к клиенту.

2. Специалист должен оперативно и качественно обслуживать клиента.

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

4. Специалист всегда первым приветствует клиента.

5. Специалист в процессе общения обращается к клиенту по имени и отчеству и на «Вы» вне зависимости от его возраста и социального положения, это подчёркивает вежливое и уважительное отношение компании к клиенту.

6. Каждый клиент требует внимания. Специалист относится ко всем клиентам ровно и выдержанно вне зависимости от личных симпатий и антипатий.

7. Особое внимание следует уделять работе с жалобами клиентов:

– специалисту необходимо внимательно выслушать клиента и выразить готовность разобраться в возникшей ситуации;

– специалист должен в обязательном порядке зафиксировать жалобу.

8. Специалист должен уважать точку зрения клиента вне зависимости от того разделяет он её или нет. Не допускается навязывание своей точки зрения, игнорирование мнения клиента. Специалист должен компетентно разъяснять требования законодательства и компании по рассматриваемому вопросу, а также проинформировать клиента о возможных путях решения проблемы.

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

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

11. Если у специалиста нет полной уверенности в точности передаваемой клиенту информации, ему необходимо её перепроверить. Если для выяснения деталей требуется значительное время, то специалисту следует предложить клиенту связаться для получения информации повторно (при этом указать точное время) или предложить альтернативный канал получения информации.

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

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

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

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

## ***Раздел 2. Деловой этикет при очном обслуживании клиентов***

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

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

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

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

5. При обсуждении принципиально важных или спорных моментов сотруднику необходимо получить подтверждение, понял ли его клиент. Повторяя

ключевые фразы беседы, нужно убедиться, что стороны пришли к согласию относительно дальнейших действий клиента.

6. Рекомендуется предоставлять клиенту важную или сложную для запоминания информацию в письменном виде. В письменном виде указываются перечни документов, телефон Контакт-центра (диспетчерской службы), телефона отдела клиентского обслуживания юридических лиц.

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

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

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

- единые правила этикета;
- шаблоны ответов (обращений к клиенту, ответов на часто задаваемые вопросы и т.п.);
- единый перечень действий по работе с обращениями клиентов (в зависимости от тематики).

### ***Раздел 3. Внешний вид сотрудника при очном обслуживании клиентов***

1. Специалисты фронт-офисов должны соблюдать дресс-код, установленный в компании, носить строгую блузку (для женщин) и рубашку (для мужчин) белого цвета и элементы корпоративного стиля – шейный платок (для женщин), галстук (для мужчин). Допускается носить жилеты, пиджаки, джемперы строгого покроя, не ярких цветов.

2. В офисах специалисты не должны носить спортивную и пляжную одежду и обувь.

3. Специалист, контактирующий с клиентами, должен носить бейдж, в течение всего рабочего дня и (или) иметь настольный бейдж, который должен содержать логотип компании с фирменным наименованием, фамилию, имя, отчество и должность специалиста. Бейдж должен быть расположен в видимом клиентом диапазоне (на груди специалиста).

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

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

#### ***Раздел 4. Деловой этикет при телефонных переговорах***

1. Телефонные переговоры являются важным элементом корпоративной культуры компании. Специалист, отвечающий на телефонный звонок, формирует соответствующий имидж компании у клиентов и партнёров.

2. Необходимо своевременно, не позже третьего сигнала, отвечать на входящий телефонный вызов.

3. При осуществлении исходящего вызова специалисту необходимо прекратить попытки выйти на связь после четвёртого сигнала телефонного аппарата.

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

5. Из-за особенностей телефонной связи специалисту необходимо чётко выговаривать слова, чтобы клиент хорошо их слышал и понимал.

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

7. Специалисту рекомендуется использовать приёмы «активного слушания», поддерживая постоянную связь с собеседником посредством слов и междометий (например, «да», «хорошо», «конечно», «я Вас слушаю»).

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

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

10. Если специалист не может сразу ответить на вопрос клиента, рекомендуется записать номер телефона клиента и перезвонить ему, после получения необходимых сведений по вопросу клиента, но не позднее 3-х рабочих дней

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

12. Не рекомендуется вести телефонные переговоры по громкой связи.

13. Если клиент ждёт на линии, то специалист не должен разговаривать с коллегами либо клиентами в офисе.

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

### ***Раздел 5. Этика деловой переписки***

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

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

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

4. Письмо необходимо начинать с обращения к клиенту по имени и отчеству. Рекомендуется начинать обращение к клиенту с применением слов «Уважаемый», «Уважаемая».

5. В ответе рекомендуется привести краткое содержание полученного запроса.

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

### ***Раздел 6. Взаимодействие с клиентами при оказании отдельных видов услуг***

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

<b>1. Дополнительные требования к процедуре заключения договора энергоснабжения (купли-продажи).</b>		
<b>В центрах очного обслуживания клиентов</b>		
1.1.	Выдача клиенту (физическому и юридическому лицу) перечня документов для заключения договора и бланк заявления при обращении клиента.	5 минут
1.2	Проверка полноты и правильности документов на заключение договора во время обслуживания клиента.  При обслуживании физических лиц: 1) если представлен полный комплект документов, согласованных с сетевой	10 минут на 1 лицевой счёт или 1 точку подключения

	<p>организацией, то производится:</p> <p>а) выдача проекта договора или</p> <p>б) приём документов, регистрация заявления, выдача копии принятого заявления с номером, датой приёма, ФИО специалиста.</p> <p>2) если представлен неполный комплект документов, то производится:</p> <p>а) уведомление клиента о перечне недостающих документов.</p> <p>При обслуживании юридических лиц:</p> <p>1) если представлен полный комплект документов, то производится:</p> <p>а) приём документов, регистрация заявления, выдача копии принятого заявления с номером, датой приёма, ФИО сотрудника.</p> <p>2) если представлен неполный комплект документов, то производится:</p> <p>а) уведомление клиента о перечне недостающих документов.</p>	
1.3.	Уведомление клиента о перечне недостающих документов.	В день обращения
1.4.	Уведомление клиента об отказе в заключение договора с указанием причин отказа.	В течение 5 дней со дня обращения.
1.5.	Передача проекта договора из бэк-офиса в зале клиентского обслуживания.	Не более чем через 10 дней с даты подачи заявления
1.6.	Выдача клиенту согласованного проекта договора.	Не более 10 рабочих дней с даты подачи заявления
1.7.	Отправка клиенту (заказным почтовым отправлением либо нарочно) протокола согласования разногласий и сопроводительного письма.	В течение 10 рабочих дней со дня получения протокола разногласий
<b>По телефону</b>		
1.1.	Уведомление сотрудником – исполнителем клиента о ходе заключения договора по поступившему заявлению.	В течение 5 дней с даты подачи заявления: - о перечне недостающих документов; - об отказе в заключение договора с указанием причин отказа
1.2.	Сообщение по телефону о стадии подготовки проекта договора.	По запросу клиента
<b>По сети Интернет</b>		
	Уведомление сотрудником, исполнителем о ходе заключения договора клиента по поступившему заявлению.	В течение 3 рабочих дней с даты подачи заявки: - о перечне недостающих документов; - об отказе в заключении договора с указанием причин

		отказа; - о готовности документов к подписанию и о необходимости для заключения договора предоставить подлинники документов (лично или иным способом); - о возможности получить документы, подписанные от лица компании, в офисе компании или иным способом, подтверждающим дату отправки.
<b>2. Дополнительные требования к процедурам определения объёмов электрической энергии (мощности). Формирование расчётных обязательств. Доставка платёжных документов. Приём платежей</b>		
2.1.	Приём и первичный анализ показаний приборов учёта лично от физических и юридических лиц во время обслуживания клиента: а) внесение показаний в базу данных, фиксация даты приёма и ФИО сотрудника (фиксация только для физических лиц); б) разъяснение, почему показания приборов учёта не принимаются в расчёт.	15 минут
2.2.	Внесение в базу данных показаний приборов учёта, предоставленных клиентом по телефону, факсу, через сайт. Фиксация даты приёма и ФИО сотрудника.	Сразу при получении
2.3.	Разъяснение клиенту, почему показания приборов учёта не принимаются в расчёт.	Сразу при получении
2.4.	Внесение в базу данных показаний приборов учёта, оставленных на автоответчике (для физических лиц).	Не позднее следующего дня после получения
2.5.	Отсутствие ошибок при внесении сотрудником в базу данных показаний приборов учёта, полученных от физических и юридических лиц.	Всегда
<b>3. Дополнительные требования к процедурам доставки платёжных документов, приёма платежей</b>		
3.1.	Зачисление средств, поступающих при оплате через сайт компании.	В течение 3 дней
3.2.	Сообщение клиенту о подтверждении оплаты при оплате через сайт.	В течение 5 минут с момента совершения операции
<b>4. Перерегистрация лицевого счёта в связи со сменой собственника (выселение, смерть, смена фамилии и т.д.)</b>		
4.1.	Обращение клиента физического лица в офис очного обслуживания на предмет перерегистрации лицевого счёта с предоставлением всех необходимых документов для внесения необходимых	20 минут

	изменений. (При смене необходимо принять заявление на открытие нового лицевого счёта).	
4.2.	Обращение клиента физического лица через личный кабинет, Интернет-приёмную или электронную почту на предмет перерегистрации лицевого счёта с предоставлением электронных копий всех необходимых документов для перерегистрации лицевого счёта.	В течение 2 рабочих дней
<b>5. Заключение соглашения о рассрочке платежа клиента физического лица</b>		
5.1.	Обращение клиента в офис очного обслуживания на предмет заключения соглашения о рассрочке платежа с предоставлением необходимых документов.	В течение 20 минут
5.2.	Рассмотрение предоставленных клиентом документов и предоставление соглашения о рассрочке после оплаты клиентом согласованной части задолженности.	
5.3.	Рассмотрение возможности изменения условий заключения рассрочки платежа.	В течение рабочего дня (решение принимает начальник отдела анализа дебиторской задолженности)
<b>6. Замена вышедшего из строя прибора учёта, замена счётчика по причине истечения срока межповерочного интервала или замены счётчика (переноса счётчика) по инициативе клиента</b>		
6.1.	Приём заявки на замену (перенос) прибора учёта путём обращения клиента в офис очного обслуживания, либо по телефону Контакт-центра. (Для юридических лиц – только по письменному заявлению).	15 минут
6.2.	Выезд монтажника для осуществления замены (установки) прибора учёта, проверки схемы учёта электрической энергии, опломбировки электросчётчика в согласованное с клиентом время.	В течение 10 рабочих дней
<b>7. Выезд специалиста АО «Томскэнергосбыт» для осуществления внеплановой опломбировки прибора учёта в связи со снятием пломбы, вызванной неосторожными действиями клиента, а также необходимостью опломбировки прибора учёта после отключения за задолженность. (Для юридических лиц – только по письменному заявлению).</b>		
7.1.	Приём заявки при обращении клиента в центр очного обслуживания или по телефону в Контакт-центр.	5 минут
7.2.	Выезд специалиста для установки пломбы.	В течение 15 рабочих дней.
<b>8. Выезд специалиста АО «Томскэнергосбыт» для снятия пломбы с прибора учёта в связи с его переносом по инициативе клиента (только для физических лиц).</b>		
8.1.	Приём заявки на снятие пломбы при обращении клиента в центрах очного обслуживания или по телефону в Контакт-	5 минут

	центр.	
8.2.	Выезд специалиста для снятия пломбы с прибора учёта и фиксации показаний электросчётчика.	В течение 15 рабочих дней
<b>9. Выдача наряда на подключение для ООО «Горсети», с информацией об оплате задолженности, после ограничения для проведения работ по подключению (только для физических лиц).</b>		
9.1.	Обращение клиента в офис очного обслуживания для получения справки об образовавшейся задолженности, оплата клиентом задолженности с предоставлением чека (включая пени, госпошлину), выдача наряда на подключение для ООО «Горсети».	20 минут
<b>10. Организация работы с клиентом в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения им обязательств по договору энергоснабжения (только для физических лиц).</b>		
10.1.	Уведомление клиента о возможном приостановлении подачи коммунальной услуги по электроснабжению при наличии задолженности по оплате электрической энергии, в размере, превышающем 2- месячных размера платы, исчисленной исходя из норматива потребления.	Предупреждение (уведомление) доставляется потребителю за 20 дней до момента возможного ограничения (приостановления) электроснабжения путём вручения ему под расписку или направления по почте заказным письмом с уведомлением о вручении, или путём включения в платежный документ текста соответствующего предупреждения (уведомления), или иным способом уведомления, подтверждающим факт и дату его получения потребителем, в том числе путём передачи потребителю предупреждения (уведомления) посредством сообщения по сети подвижной радиотелефонной связи на пользовательское оборудование потребителя, телефонного звонка с записью разговора, сообщения электронной почты или через личный кабинет потребителя в государственной информационной системе жилищно-коммунального хозяйства либо на официальной странице исполнителя в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", передачи

		потребителю голосовой информации по сети фиксированной телефонной связи
10.2.	Возобновление подачи коммунальной услуги по электроснабжению клиентам, проживающим в многоквартирных домах и частном секторе.	В течение 2 календарных дней, после погашения возникшей задолженности, пени и компенсации затрат на проведение работ по отключению / подключению
<b>11. Считывание показаний с приборов учёта</b>		
11.1.	Снимать показания коллективного (общедомового) прибора учёта и заносить полученные показания в журнал учёта показаний коллективных (общедомовых) приборов учёта, предоставить клиенту по его требованию в течение 1 рабочего дня со дня обращения возможность ознакомиться со сведениями о показаниях коллективных (общедомовых) приборов учёта, обеспечивать сохранность информации о показаниях коллективных (общедомовых), индивидуальных, общих (квартирных) приборов учёта в течение не менее 3 лет.	Ежемесячно в период с 23 по 25 число текущего месяца или по согласованному графику
11.2.	Проверять состояние установленных и введенных в эксплуатацию индивидуальных, общих (квартирных), комнатных приборов учёта, факт их наличия или отсутствия. Проверять достоверность представленных клиентом сведений о показаниях индивидуальных, общих (квартирных), комнатных приборов учёта путём сверки их с показаниями соответствующего прибора учёта на момент проверки (в случаях, когда снятие показаний таких приборов учёта осуществляют клиенты).	Не реже 1 раза в 6 месяцев, а если проверяемые приборы учёта расположены в жилом помещении клиента, то не чаще 1 раза в 3 месяца
<b>12. Приём показаний приборов учёта</b>		
12.1.	Для физических лиц: любыми удобными для клиента способами: - сообщением специалисту пункта приёма платежей в момент оплаты; - через сеть Интернет; - посредством телефонной связи; через специалиста Контакт-центра в соответствии с графиком работы Контакт-центра, посредством IVR в любое время в режиме 24/7. - по электронной почте	Постоянно, по мере обращения
<b>13. Информирование клиента о задолженности по оплате электрической энергии, об изменениях тарифов, а также предоставление иной информации (для физических лиц)</b>		

13.1.	Информирование может производиться: - посредством электронной почты; - посредством SMS; - посредством телефонной связи. Информирование об изменениях тарифов производится через электронные и печатные СМИ. - в письменном виде, путём направления уведомления и извещения	Информирование посредством телефонной связи (уведомления, претензия): 9.00-20.00, в субботу 9:00 - 19:00. смс 9:00-20.00 автоинформирование с 9:00-21.00, суббота, воскресенье 9:00-20:00.
<b>14. Предоставление справки об отсутствии задолженности при выписке клиента в г. Томске</b>		
14.1.	Приём заявки на предоставление справки путём обращения в офис очного обслуживания. Оплата клиентом задолженности. Выдача справки. (Справедливо для физических лиц, юридическим лицам бухгалтерия предоставляет акт сверки)	15 минут
<b>15. Информирование клиента по вопросам снабжения электрической энергией</b>		
15.1.	Посредством: • телефонной связи; • электронной почты.	В соответствии с режимом работы Контакт-центра, диспетчерского центра
15.2.	Интернет-приёмная	Круглосуточно часто задаваемые вопросы. В течение 3 рабочих дней после поступления вопроса (за исключением сложных вопросов)
15.3.	Письменное направление ответов на претензии и жалобы	от 10 до 30 дней.
15.4.	Центры очного обслуживания в городе.	В соответствии с утверждённым графиком работы офисов
15.5.	Обособленные подразделения в районных центрах Томской области.	В течение рабочего времени
<b>16. Дополнительные требования к процедуре предоставления дополнительных услуг</b>		
16.1.	Приём по телефону заявки на оказание дополнительной услуги из прейскуранта и передача исполнителю для проработки.	15 минут
16.2.	Специалист-исполнитель или куратор заявки должен связаться с клиентом по телефону для согласования времени оказания услуги с даты получения заявки.	Не более 3 дней

## Глава 9. Стандарты обслуживания клиентов с учётом сегментации

1. Стандарты обслуживания с учётом сегментации применяются в соответствии с Методикой МТ-237-2 «Требования к обслуживанию клиентов розничных активов Группы».

2. Стандарты обслуживания клиентов сегмента B2B. Требования к обслуживанию клиентов сегмента B2B

<b>B2B ГП</b>
Обслуживание осуществляется во фронт-офисе (ЦОК) и (или) бэк-офисе (иных подразделениях ДО). Обслуживание во фронт-офисе осуществляет специалист ЦОК. Обслуживание в бэк-офисе осуществляет куратор или иной специалист. Выездное обслуживание осуществляется для оказания услуг, требующих проведения работ на территории Клиента. Обслуживание осуществляет профильный специалист.
Обслуживание по телефону осуществляется по единому номеру при возможности переключить на куратора или иного специалиста. Основные каналы поступления письменных обращений – электронная почта Общества или куратора, почтовый адрес Общества или ЦОК. Для некоторых сегментов возможно получение письменных обращений через мессенджеры.
Официальный сайт Общества, Личный кабинет, IVR, электронный документооборот являются базовыми интерактивными сервисами. Для некоторых сегментов могут быть использованы дополнительные интерактивные сервисы - аккаунт в социальных сетях, терминалы или внешние информационные сервисы в сети Интернет.
Применяются общие требования к процессу обслуживания. При обработке обращений используются регламенты единой методологии для юридических лиц.
Применяются требования к внешнему виду, организации пространства, обеспечению ресурсами, оформлению и информационному наполнению в отношении зданий и помещений, где осуществляется обслуживание, дистанционных и интерактивных сервисов, рабочих места специалистов.
Применяются общие требования к организации выполнения процесса обслуживания, взаимодействия между подразделениями на основе единой методологии.
График очного и дистанционного обслуживания составляет не менее 40 часов в неделю с понедельника по пятницу (кроме недель, на которые приходятся официальные нерабочие праздничные дни) исключая время обеденных и (или) технических перерывов.

3. Требования к обслуживанию VIP клиентов сегмента B2B

<b>B2B ГП</b>
<b>1. Формы обслуживания и КК</b>
<b>1.1. Очное обслуживание</b>
Очное обслуживание осуществляется в подразделении Общества или на территории Клиента (выбор Клиента). Обслуживание осуществляет персональный менеджер. Выездное обслуживание осуществляется для оказания услуг, требующих проведения работ на территории Клиента. Обслуживание осуществляет профильный специалист.
<b>1.2. Дистанционное обслуживание</b>

Обслуживание по телефону на номер отдела клиентского обслуживания юридических лиц. Основные каналы поступления письменных обращений – электронная почта персонального менеджера. Для официальной переписки используется почтовый адрес Общества.
<b>1.3.Интерактивное обслуживание</b>
Официальный сайт Общества, Личный кабинет, электронный документооборот являются базовыми интерактивными сервисами.
<b>2. Процесс обслуживания</b>
Применяются общие требования к процессу обслуживания. При обработке обращений используются регламенты единой методологии для юридических лиц, а также индивидуальные подходы к работе при проведении переговоров.
<b>3. Организация обслуживания</b>
<b>3.1. Внешняя организация</b>
Применяются требования к внешнему виду, организации пространства, обеспечению ресурсами, оформлению и информационному наполнению в отношении зданий и помещений, где осуществляется обслуживание, дистанционных и интерактивных сервисов, рабочих места специалистов.
<b>3.2. Внутренняя организация</b>
Применяются общие требования к организации выполнения процесса обслуживания, взаимодействия между подразделениями на основе единой методологии.
График очного и дистанционного обслуживания составляет не менее 40 часов в неделю с понедельника по пятницу (кроме недель, на которые приходятся официальные нерабочие праздничные дни) исключая время обеденных и (или) технических перерывов. Допускается ненормированный график обслуживания.
Время обслуживания и выполнения операций устанавливается на основе унифицированных (целевых) карт процессов обслуживания, утвержденных ВНД Общества. Рекомендуется сократить время обработки обращений в бэк-офисе не менее чем в 1,5 раза. Применяется адаптированный вариант ЕКТО, в части актуализации тематик обращений для юридических лиц, для каждой темы применяется унифицированный алгоритм обработки обращения и скрипт для консультирования по типовым вопросам.
<b>4. Культура обслуживания и дресс-код</b>
Для обслуживания клиентов всех сегментов применяются единые требования, изложенные в Методике и специальные требования согласно ВНД Общества

#### 4. Стандарты обслуживания клиентов сегмента В2С

Обслуживание клиентов	Обслуживание VIP клиентов
<b>1. Формы обслуживания и КК</b>	
<b>1.1.Очное обслуживание</b>	
Обслуживание осуществляется во фронт офисе специалистами ЦОК. Выездное обслуживание может быть предоставлено отдельным категориям клиентов в соответствии с требованиями законодательства, для оказания услуг, требующих проведение работ на территории Клиента. Выездное обслуживание может быть предоставлено в форме мобильных бригад в соответствии с требованиями настоящей Методики.	Обслуживание осуществляется во фронт-офисе (ЦОК) или ином подразделении Общества персональным менеджером***. Выездное обслуживание осуществляется персональным менеджером или профильными специалистами других подразделений.

Выездное обслуживание осуществляется специалистами ЦОК или профильными специалистами других подразделений.	
<b>1.2. Дистанционное обслуживание</b>	
Обслуживание по телефону осуществляется по единому номеру. Основные каналы поступления письменных обращений – электронная почта Общества, почтовый адрес Общества или ЦОК, мессенджеры. Обработку письменных обращений осуществляют специалисты фронт-офиса	Обслуживание по телефону осуществляется по единому номеру. Основные каналы поступления письменных обращений – электронная почта или мессенджеры персонального менеджера, который обрабатывает такие обращения. В случае направления письменных обращений на электронный адрес Общества, почтовый адрес Общества или ЦОК, мессенджеры или аккаунты в социальных сетях, то обработку производит специалист фронт-офиса.
<b>1.3. Интерактивное обслуживание</b>	
Официальный сайт Общества, Личный кабинет и IVR являются базовыми интерактивными сервисами. Дополнительно могут быть использованы аккаунт в социальных сетях, терминалы или внешние информационные сервисы в сети Интернет. Обработка письменных обращений в части простых вопросов должна быть автоматизирована. Обработка письменных обращений в части сложных вопросов должна осуществляться специалистами фронт-офиса	
<b>2. Процесс обслуживания</b>	
Применяются общие требования к процессу обслуживания. При обработке обращений используются регламенты единой методологии для физических лиц, а также индивидуальные подходы к работе при проведении переговоров.	
<b>3. Организация обслуживания</b>	
<b>3.1. Внешняя организация</b>	
Применяются общие требования к организации выполнения процесса обслуживания, взаимодействия между подразделениями на основе единой методологии.	
Применяются требования к внешнему виду, организации пространства, обеспечению ресурсами, оформлению и информационному наполнению в отношении зданий и помещений, где осуществляется обслуживание, дистанционных и интерактивных сервисов, рабочих места специалистов.	
<b>3.2. Внутренняя организация</b>	
Среднее время ожидания в очереди в ЦОК не должно превышать 30 мин. Время обслуживания составляет не более 20 мин. (при условии обслуживания клиента не более чем по 3м темам)	Среднее время ожидания в очереди в ЦОК не должно превышать 10 мин. Время обслуживания составляет не более 20 мину (при условии обслуживания клиента не более чем по 3м темам)
График очного обслуживания составляет не менее 40 часов в неделю (36 часов в неделю - в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях) (кроме недель, на которые приходятся официальные нерабочие праздничные дни), не менее 6 часов из которых должны приходиться на субботу и (или) воскресенье (кроме официальных нерабочих праздничных дней)	
Обслуживание по телефону График обслуживания по телефону не менее 10 часов в день с понедельника по субботу (кроме официальных нерабочих праздничных дней).	Обслуживание по единому телефону по общему графику. Обслуживание по телефону персонального менеджера допускается по ненормированному графику.
Среднее время ожидания ответа по телефону с момента соединения (в случае обслуживания с использованием IVR с момента выхода	Среднее время ожидания ответа по телефону с момента соединения (в случае обслуживания с использованием IVR с

Клиента из системы IVR) до момента ответа работника Общества или его представителя не должно превышать 10 минут.	момента выхода Клиента из системы IVR) до момента ответа работника Общества или его представителя не должно превышать 5 минут.
На письменные обращения Клиентов должны быть предоставлены ответы, по существу, в соответствии с установленными нормативами, но не позднее 30 календарных дней с момента получения обращения.	На письменные обращения Клиентов должны быть предоставлены ответы, по существу, в соответствии с установленными нормативами, но не позднее 10 календарных дней с момента получения обращения.
Для письменных обращений, направленных	разными КК устанавливается разное время предоставления ответа
Время обслуживания и выполнения операций устанавливается на основе унифицированных (целевых) карт процессов обслуживания, утверждённых ВНД Общества. Применяется адаптированный вариант ЕКТО в части тематик обращений для физических лиц, для каждой темы применяется унифицированный алгоритм обработки обращения и скрипт для консультирования по типовым вопросам.	Время обслуживания и выполнения операций устанавливается на основе унифицированных (целевых) карт процессов обслуживания, утверждённых ВНД Общества. Рекомендуется сократить время обработки обращений в бэк-офисе не менее чем в 1,5 раза. Применяется адаптированный вариант ЕКТО, в части актуализации тематик обращений для физических лиц, для каждой темы применяется унифицированный алгоритм обработки обращения и скрипт для консультирования по типовым вопросам.
<b>4. Культура обслуживания и дресс-код</b>	
Для обслуживания клиентов всех сегментов применяются единые требования, изложенные в настоящей Методике	

*Куратор – это специалист профильного подразделения Общества, который занимается сопровождением договора ресурсоснабжения или договором на оказание коммерческих услуг.*

*\*\*Представитель Общества – это работник Общества, который при взаимодействии с Клиентом, представляет интересы Общества по всем вопросам.*

*\*\*\*Персональный менеджер – это работник Общества, который сопровождает решение всех вопросов Клиента по действующим договорам.*